

IV МЕЖДУНАРОДНАЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ "ПРОДОЛЖАЯ ГРУШИНА"
27-28 ФЕВРАЛЯ 2014 Г., МОСКВА
МАТЕРИАЛЫ КОНФЕРЕНЦИИ

Часть 1. Тезисы конференции

МЕЖДУ НАУКОЙ И УПРАВЛЕНИЕМ: СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КАК СПОРНАЯ ТЕРРИТОРИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Алишаускене Р., Есипова Н., Новикас С.	«Поддержка народа»: что означает уровень политической лояльности в мире? (по материалам Gallup World Poll)	9
Афанасьев Д.В., Гужавина Т.А.	Политическое недовольство и протестное поведение (на материалах ИСЭРТ РАН г. Вологда)	9
Васянин М.С.	Роль предпринимательского сообщества регионов на выборах губернаторов	12
Галенда И.В.	Контент-анализ сообщений о политической партии «Удар»: в поисках связей	14
Дайрабаева Г.Б., Шадинова Г.А.	Казахстанская цивилизация в контексте глобализации и проблемы поиски путей культурной идентификации	16
Дроздова Ю. А.	Развитие региона глазами социолога: опыт полевого исследования имиджа Волгоградской области	19
Евстифеев Р.В.	Люди и город: метаморфозы взаимоотношения социальной науки и социального управления	21
Иванова Н.П.	Мнение о мире и мир мнений сквозь призму феноменологической социологии А. Шюца: прогностические возможности	24
Калинин К.О.	Комплексное исследование фактора социально приемлемого поведения в отечественных электоральных рейтингах (2012–2013 гг.)	26
Киселев В.О.	Доверие к выборам как фактор, определяющий электоральное поведение	29
Корнилова А.Г.	Портал гражданской активности как способ артикуляции креативности горожан в трансформации городского пространства	31
Никитина Б.А.	Логические инверсии в региональном социальном программировании: феноменология, причины и следствия	33
Овчар Н.А.	Социология управления и менеджмент: особенности предметов познания и практического применения	35
Соловьев А.К., Коржов М.А., Курманов А.М.	Актуарный прогноз развития пенсионной системы России	36
Сорокина-Зенько Т.С.	Человеческий фактор в прогнозах развития общества	38
Тимохович А.Н.	Форсайт-исследование приоритетов социально-экономического развития России	40
Шушпанова И.С.	Российское гражданское общество о государстве: тенденции развития	42

РЕГИОНАЛЬНЫЕ И МЕСТНЫЕ ВЫБОРЫ 2014-2015: НОВЫЙ ЗАПРОС, НОВЫЕ ПРАВИЛА, НОВЫЕ СТРАТЕГИИ

Басимов М.М.	Наличие/отсутствие политических симпатий респондента и его психологический тип	47
Березутский Ю.В.	Особенности электоральной активности жителей столицы Дальнего Востока России	50
Болховитина Т.С.	Гражданская активность в информационном обществе: вопросы исследования и гипотезы	52
Горяинов В.П.	Ценностные ориентации населения, отметившего графу голосования «против всех»	54
		56

Дроздова К.В.	Исследование работы «горячей линии» по решению острых проблем жизнеобеспечения во взаимодействии регионального отделения партии «Единая Россия» с населением	
Завалин В.Г.	Электронная демократия и гражданские инициативы	59
Кожина Т.П.	Социально-политические настроения населения районов Вологодской области и особенности муниципальных выборов	61
Ларин А.Ю.	Включенное наблюдение и анализ электоральной статистики как методы оценки избыточного надомного голосования на выборах	63
Ловкова А.А.	Применение метода фокус-групп в избирательных кампаниях (на примере серии фокус-групп проведенных в рамках избирательной кампании в Тольятти)	66
Мамонов М.В.	Муниципальные и региональные выборы в новых политических условиях: новые тенденции и сложности измерения	68
Митькина К. И.	Исследование феномена электоральной культуры в молодежной среде (на примере Свердловской области)	70
Пушкарева Т.В.	Некоммерческие организации, работающие в сфере семьи и детства, как ресурс разгосударствления государственных социальных услуг	73
Руденкин Д.В.	Репрезентации идеологий в программах российских политических партий: результаты контент-анализа	76
Сафронов А.Н.	Эмпирическое исследование политических практик молодежи в Краснодарском крае	77
Солопенко А. В.	Сравнение электорального поведения жителей Риги на муниципальных выборах 2009–2013 гг.	80
Четошников С. Г.	Доверие к органам местного самоуправления и электоральная активность населения	82

МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ОБСЛЕДОВАНИЙ

Басимов М.М.	Психологическая социология как междисциплинарный подход социального исследования	85
Васильева Е.Г.	Метод дискуссионной площадки и его использование в социологических опросах	87
Губанова А.Ю.	Методика оценки контента для детей в Интернете	89
Дементьева И.Н.	Мониторинг общественного мнения как инструмент исследования социальной ситуации в регионе	92
Домбровская А.Ю.	Сопоставимость и воспроизводимость данных анализа Интернет-контента и опросных методов в изучении социальных механизмов взаимопомощи инвалидов	95
Журавлева И.В.	Возможности и ограничения выборочных моделей: опыт тестирования	101
Карпенко Е.В.	Региональные социологические исследования: помощь или навязанная необходимость?	102
Климова Е.В.	Социологические опросы в вузе: плюсы и минусы	104
Кошарная Г.Б.	Ошибки выборки при проведении фокус-групп	106
Лашук И.В.	Концептуальная и операциональная схемы исследования национальной идентичности в современном обществе	108
Литвинович В.М., Пинчук И.В.	Реализация исследовательских проектов на базе аппаратно-программного комплекса «Автоматизированная система социологических опросов» (Республика Беларусь)	111
Максимова С.Г., Ноянзина О.Е., Гончарова Н.П.	Методологические и технологические принципы организации мониторинга социальной безопасности и социальных рисков воспроизводства девиаций	115
Масалков И.К.	Клинический подход в социологии: специфика и перспективы	117
Низамова Л.Р.	Массовые опросы по миграционной тематике: методические ловушки для исследователя	119
Полтавская М.Б., Васильева Е.Н.	Организационные и методические проблемы проведения социологических исследований для государственных структур: региональный опыт	121

Русалинова А.А.	Методологические аспекты социологии труда в системе современных социальных обследований	124
Ставицкая Е.И.	Методологические проблемы применения кинематографической и литературной ретроспективы в социологическом исследовании	127
Тихонова Е.В.	Панельные исследования процесса профессиональной социализации в вузе	128
Федоров П.М.	Сравнимость измерений социальных установок в отношении мигрантов в международных социологических исследованиях	130
Хабибулина В.М.	Тестирование подхода: семейная пара как единица анализа при работе с базами данных RLMS	132
Швецова Т.С.	Образ социолога как источник ошибок в социологическом исследовании	135
Щанина Е.В.	Использование метода репертуарных решеток	136

ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА

Абрамов М.В., Вахромеева А.В.	Программное обеспечение для мониторинга социальных медиа (на примере анализа ситуации в Украине)	138
Артюхина В.А.	Паспортизирование протестных акций по материалам сети Интернет (на примере социологического исследования протестного поведения населения алтайского края)	142
Бродовская Е.В., Домбровская А.Ю.	Политическая субъектность российских пользователей в сети Интернет: ожидания, установки, роли (по результатам World Internet Project in Russia 2013)	144
Бубнов А.Ю.	Исследование идеологических позиций пользователей Рунета: методология и предварительные результаты	146
Бубнова М.И.	Сетевые связи интеграционных процессов в евразийском мониторинге	147
Василенко Л.А.	Диалог власти и общества в Интернет-коммуникациях: теория и практика социологического исследования	150
Зенько А.А., Петык Р.А.	Использование пасторальной модели коммуникаций при исследовании социальных сетей	153
Иванова А.С.	Жизненные принципы и агрессивность игроков в MMOG (на основе данных социологического исследования студентов Санкт-Петербурга)	155
Каминская В. Г.	Опыт проведения массового опроса в социальных сетях на тему «виртуальная зависимость в молодежной среде»: особенности, преимущества и недостатки	156
Колосова О.А.	Каналы коммуникационного и телекоммуникационного воздействия на молодежь в информационной среде	159
Коростелева М.А., Сатырь Т.С.	Сравнительное исследование Интернет-взаимодействия государственной власти и общества (на примере официальных сайтов трех субъектов федерации)	162
Лаврикова А.А., Шумилова О.Е.	Вовлеченность граждан в Интернет-коммуникацию в системе «власть – общество»	166
Левкина Л.И., Меньшуткин П.Л.	Анкетирование в среде социальных сетей для определения векторов развития сообществ (в рамках реализации проекта развития территории Поважья)	168
Логвинова В.Н.	Онлайновые социальные сети как средство коммуникации власти и общества в современной России (по результатам экспертного опроса)	170
Михайлов С.В., Михайлов В.А.	Общественное мнение и социальные сети	172
Муращенко С.В.	Возможности использования информационного лоббизма для расширения практики оказания влияния гражданского общества на органы государственной власти в современной России	176
Нечаев В.Д., Бродовская Е.В.	World internet project in Russia – 2013: Некоторые результаты прикладного исследования	177
Паутова Л.А.	«Активная социология»: опыт вовлечения пользователей социальных сетей в социологические, лонгитудные и краудсорсинговые проекты	179

Садовая Д.П., Ильина К.И.	Коммуникативные технологии политической власти в online-пространстве современной России	180
Самохвалов Н.А.	Общественное мнение сквозь призму социальных сетей современности	184
Серебрянская В.А.	Региональная блогосфера как поле социального взаимодействия: акторы, ресурсы, контент	185
Смолина Е.Г.	Регуляция социальных сетей как условие формирования общественного мнения	187
Титов В.В.	Специфика формирования национально-гражданской идентичности российской молодежи в сети Интернет	190
Ушкин С.Г.	Возможности и ограничения использования таргетингового метода при анализе виртуальных сетевых сообществ	191
Фарахутдинов Ш.Ф.	Анализ комментариев к новостям социально-политического характера в сети Интернет как метод исследования	194
Федоров П.М.	Роль Интернет-СМИ в формировании социальных установок россиян в отношении мигрантов (по результатам контент-анализа региональных новостных Интернет-сайтов)	199
Хохолкова А.А., Смолыгина Д.И.	Народный контроль в действии: опыт социологического исследования моделей Интернет-коммуникаций в республике Татарстан (на примере пилотного исследования по проблемам культуры диалога «власть-общество»)	200
Цуканов Я.А.	Технология определения трансформаций толпы (на примере российских протестных Интернет-сообществ)	203

ВСЕ ПОЗНАЕТСЯ В СРАВНЕНИИ. ОПЫТ МЕЖДУНАРОДНЫХ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

Демин А.А.	Социализация личности как фактор ограничения социальной аттрактивности иностранного государства (на материалах исследования общественно-политического сообщества «Глобал рашнз»)	206
Заславская М.И.	Проблемы получения и сравнения социологического знания в межнациональных сравнительных социологических исследованиях: влияние социального контекста на социологическое знание	208
Кислая А.А.	Идентичность украинцев: особенности локальной и державной «самопрезентации»	210
Манзанова Г.В.	Глобальные инновации и конкретные практики крестьян в этносоциальных сообществах, России в целом, Польше, Монголии и Китае. Опыт сравнительного анализа.	212
Мацкевич М.Г.	Память об исторических событиях: Россия и Франция 200 лет спустя	214
Ромашенко Л.И.	Украино-российские отношения в зеркале социологии и литературы	218
Савельев Ю.Б.	Детерминанты активной гражданской позиции в европейских обществах	221
Шабунова А.А.	Здоровье молодежи: ценностные установки и поведенческие практики (по результатам международного исследования)	223
Широканова А.А.	Сравнительное исследование морали в странах Восточной Европы (по материалам EVS и WVS)	227

МОРАЛЬНЫЙ ПОРЯДОК И АГРЕССИЯ

Багина А.Ю.	Нормально ли «быть как все»? Исполнение заповедей, отношение к соседям и применение силы (опросы россиян, прихожан и митингующих)	230
Балич Н.Л.	Векторная модель ценностных ориентаций и моральный порядок современного общества	234
Барсукова С.А.	Проблема исследования совести в представлениях россиян	238
Ефимов Е.Г.	Агрессия в социальных Интернет-сетях	240
Злотникова Л.М.	Морально-нравственные ценности в условиях экономики потребления	243

Иванова Т.В.	Украина – негативные социальные репрезентации и способы их компенсации	245
Игнатьев А.	Агрессия, кризис морального порядка и стратегии транзита	246
Козырев Г.И.	Война и военная угроза как факторы международной политики	249
Кузеванова А.Л.	Аксиология бизнеса: реализация ценностного принципа социальной ответственности в современных российских условиях (социологический анализ)	251
Манзанова Г.В.	Миграция, новая архаика и агрессия – что дальше?	253
Масликов В.А.	Майдан: археомодерн по-украински	255
Муха В.Н.	Нормы межэтнического взаимодействия в полиэтнической среде (на примере Краснодарского края)	257
Патрушев С.В.	Проблема морали и консолидации в условиях социокультурного раскола и фрагментации институционального порядка в России	258
Петухов В.В.	Общественная мораль: деградация нравов или кризис межличностного доверия?	259
Римский В.Л.	Моральное одиночество и немотивированная агрессия	260
Рожкова Л.В.	Ценности социальной консолидации студенческой молодежи в условиях модернизации	263
Рябцовский Г.В.	Коннотация этничности в социальном пространстве Российской Федерации	265
Цыганенко Н.В.	Региональная общность как субъект антитеррористической деятельности (по материалам социологических исследований в г. Барнауле)	268
Шилова В.А.	Моральный беспорядок, культура недоверия, коммуникативные разрывы, агрессия – тревожные симптомы болезни общества	270

РЫНОК ИССЛЕДОВАНИЙ В РОССИИ: ИНФРАСТРУКТУРА, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Баракшина Т.В.	Международный опыт взаимодействия исследовательских ассоциаций и государственных органов, защита позиций и интересов отрасли	272
Дулина Н.В., Токарев В.В.	Тенденции развития региональных рынков социологических и маркетинговых исследований	275
Климанова Е.Г.	Возможные сценарии развития исследовательских компаний в ближайшие 5 лет	278
Коннов А.Ю., Смелова А.В.	Практика деятельности Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89» в качестве регулятора рынка маркетинговых и социологических исследований (на примере экспертизы конкретного социологического исследования)	280
Муратова И.Н.	Оценка стоимости исследовательского бизнеса на примере компаний – членов ассоциации «Группа 7/89»	283
Муратова И.Н.	Основные экономические показатели компаний – членов «Группы 7/89»	286
Немирова Н.В.	Социологическая лаборатория в вузе	290
Проценко С.Н.	Тенденции развития и институционализации отрасли исследований в России	291
Рыбакова О.В.	Проблема профессиональных стандартов как перспектива взаимодействия социологов-исследователей и системы высшего социологического образования в РФ	293
Токарев В.В.	Методика и результаты проекта «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний -2013»	296
Фролов Д.Л.	Почему СМИ не умеют работать с данными исследований? Кто виноват и что делать	300

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ В DIGITAL ЭПОХУ: КАК ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕНЯЮТ УСТАНОВКИ И ПРАКТИКИ ЛЮДЕЙ

Дулина Н.В., Моисеева Д.В.	Из опыта изучения социальных установок в отношении денег	302
Имаева Г.Р.	Подходы к исследованию предпринимательского климата в России	304

Киселев Е.А.	Потребительское и досуговое поведение в структуре стилей жизни современных российских предпринимателей	306
Маркин М.Е.	Высокая ставка торговой уступки как препятствие для развития безналичных платежей в современной России	307

ЭКСПЕДИЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО И КУЛЬТУРНО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Божков О.Б., Игнатова С.Н.	Генеалогия сельского населения нулевых годов XX в. (опыт социологической экспедиции)	311
Васильева Е.Н., Левковская Н.Г.	Перспективы использования CASE-метода и экспедиций в социальной работе	313

ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЛУЖБА: ПРОБЛЕМЫ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ И КАЧЕСТВА УСЛУГ

Абакаров Д.К.	Организационно-методические аспекты проведения анкетных опросов государственных гражданских служащих	316
Байков Н.М.	Государственные услуги в представлениях населения: региональное измерение	318
Василенко Л.А.	Отвечает ли кадровая политика государственного управления вызовам самоорганизующихся информационных коммуникаций: анализ компетенций госслужащих?	321
Звонарева А.Ю.	К вопросу социально ориентированного подхода в управлении органами внутренних дел	325
Коростылева Н.Н., Ефанова О.А.	Государственные служащие: мотивы поступления на службу и профессиональный рост	327
Литвинцева Е.А., Рыбакова И.Н.	Качество предоставления государственных услуг: социологический дискурс	331
Магомедов К.О.	Кадровая политика в государственных органах: мониторинг основных направлений	333
Макаров С.Н.	Социологические методы при оценке управленческой компетентности государственных гражданских служащих	336
Макарова Г.В.	Социальная ответственность гражданского служащего как один из критериев конкурсного отбора	339
Намруева Э.В.	Социальный контроль в коммуникативном взаимодействии органов государственной власти и гражданского общества	343
Никитина А.С.	Ценностные установки и ориентации на инновационную деятельность современных государственных служащих: эпоха перемен	345
Парамонов А.П.	Оценка резервов повышения эффективности управления в воинских коллективах	349
Переверзина О.Ю.	Контекстная личностно-профессиональная диагностика в оценке управленческих кадров	351
Петрова С.И.	Преобразование органов государственной власти с целью решения демографических проблем	352
Пономаренко Б.Т., Панин И.Н.	Этномонополизация в профессиональной деятельности: миф или реальность?	353
Тавокин Е.П.	Социологический портрет российского коррупционера	357
Тарасова Е.В.	Задачи государственной кадровой политики в условиях внедрения стандарта открытости федеральных органов исполнительной власти	360
Филимонов О.В.	Образование – успешная карьера: pro et contra (эффективность механизма кадровой политики)	362
Цымбал Л.Г.	Роль социологии в подготовке государственных и муниципальных служащих: проблемный аспект	363
Шебураков И.Б.	Общественная оценка деятельности государственных органов: PR или инструмент управления эффективностью?	365
Юрьева О.Ю.	Карьерные ориентации будущих государственных служащих Республики Татарстан: социологический анализ	368

СОЦИАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ

Боченкова Н.А.	Социокультурные факторы регуляции социального настроения в мегаполисе	370
Галицкая Е., Иванова И., Петренко Е.	Гражданский потенциал российского добровольчества	373
Дубина А.Ш.	Социальный эффект государственной поддержки промышленных предприятий (на примере крупных промышленных предприятиях г. Пензы)	376
Ишкинеева Ф.Ф.	Возможности междисциплинарного подхода в исследовании факторов риска развития сердечно-сосудистых заболеваний	377
Косинцева Ю.Ф.	Качество жизни населения региона (опыт пилотного социологического исследования)	379
Костина Н.Б., Костин В.А.	Социология в составе управленческого знания и управленческой деятельности	381
Михайленко А., Желтова А., Садовая Д.	Недоверие к социологическим опросам. Мнение россиян. Тенденции развития	383
Михайлова Е.А.	Трудовые мигранты в России: этническая идентичность и культурная дистанция	388
Неваева Д.А.	Оценка проблемы старения населения и социальная политика региона: взаимосвязь и последствия (по материалам социологического исследования в Алтайском крае)	389
Некрасов С. Ф.	Перечитывая Грушина: природа мира мнений	393
Овчинникова Э.В., Будюкин Д.А.	Условия развития рынка внутреннего туризма Липецкой области	397
Орлова В.Н.	Развитие социально-ориентированных НКО и общественно-государственного партнерства: проблемы и перспективы	399
Проказина Н.В.	Доверие как элемент социологической культуры	402
Сельченко А.К.	Профессиональная коммуникация социальных работников в социальной политике России (на примере анализа государственных учреждений социального обслуживания)	407

СОЦИОЛОГИЯ ДОВЕРИЯ

Барановский М.В.	К вопросу о социологическом исследовании доверия	410
Гужавина Т.А.	Социальное доверие и протестная активность (на материалах ИСЭРТ РАН г. Вологда)	412
Злотников А.А.	Отношение студенческой молодежи к политике и уровень доверия органам власти (по результатам социологического исследования в Гомельской области)	415
Козлова О.Н.	О способах анализа уровня социального доверия	418
Романович Н.А.	Степень доверия населения различным видам профессиональной деятельности	419
Шведовский В.А., Шведовская Т.Л.	Итоги моделирования эволюции среднего класса России: прогноз динамики степени доверия к властным структурам	423
Щукина Н.П.	Институциональное доверие в контексте публичных слушаний	426

СОЦИОЛОГИЯ ОБРАЗОВАНИЯ, МОЛОДЕЖИ И ДЕТСТВА

Власова О.И.	Будущее труда: взгляд молодого поколения	429
Григорьева М.В.	Адаптация студентов к условиям обучения в вузе: вопросы социологического измерения	430
Дуран Т.В.	Содержание текущей образовательной политики	433
Журавлев Г.Т.	Студенты в мире компьютеров	435
Игнатова Т.В.	Политические предпочтения студенческой молодежи (на примере Орловской области)	437
Ковалевская Е.В.	Студенты и информация	440
Кузнецова С.И.	Специфика воспитания детей одинокими отцами в рамках изучения образа отца-одиночки	442
Леонидова Г.В.	Качество образования как вызов времени	444
Лихачева О.Н.	Социально-профессиональная адаптация молодых специалистов	449

	в Республике Беларусь: конфликтный подход	
Лукичева Л.Ю.	Концепции и направления исследования образования в отечественной социологии XX в. (теоретико-методологический анализ)	451
Лысенко Г.В.	Знание как инструмент управления: возможности и пределы	543
Нестеров А.Ю., Ольхов Д.С.	Социализация и социальная адаптация детей-сирот в системе ювенальной институализации	454
Пакина Т.А.	Трудовые ценности и установки современной студенческой молодежи (по материалам социологического исследования)	463
Серикова В.П.	Создание кадрового резерва в системе управления высшим образованием на основе отечественных традиций	469
Сушко П.Е.	Современная сельская молодежь: механизмы самореализации	473
Толубаева Л.Т., Корж Н.В.	Исследование мнения студенческой молодежи о ценности образования для успешной трудовой деятельности(на примере исследования ценностных ориентаций студентов Поволжья)	475
Харченко В.С.	Социальное самочувствие и представление об успехе российских фрилансеров	478
Шагалина А.Ю.	Тенденции развития управления системой высшего образования на современном этапе	481

Часть 2. Другие материалы конференции

О конференции «Продолжая Грушина»	482
ПЛЕНАРНОЕ ЗАСЕДАНИЕ Проблема доверия в современном обществе	483
СЕКЦИЯ 1 Между наукой и управлением: социально-политическое прогнозирование как спорная территория интеллектуального производства	484
СЕКЦИЯ 2 Региональные и местные выборы 2014-2015: новый запрос, новые правила, новые стратегии	485
СЕКЦИЯ 3 Методология социальных обследований	486
СЕКЦИЯ 4 Изучение общественного мнения в социальных сетях: методология и практика	487
СЕКЦИЯ 5 Все познается в сравнении. Опыт международных сравнительных исследований	488
СЕКЦИЯ 6 Моральный порядок и агрессия	490
СЕКЦИЯ 7 Рынок исследований в России: инфраструктура, тенденции и перспективы	492
СЕКЦИЯ 8 Финансовое поведение в digital эпоху: как цифровые технологии меняют установки и практики людей	493
СЕКЦИЯ 9 Экспедиция как инструмент социологического и культурно-антропологического исследования	494
СЕКЦИЯ 10 Кадровая политика в государственном управлении: отвечает ли вызовам времени?	495
КРУГЛЫЙ СТОЛ 1 Автоматизация полевых опросов: современные методы, безбумажные технологии	497
КРУГЛЫЙ СТОЛ 2 Социология versus «формирующие опросы»: цели, методы, нормы этики	498
КРУГЛЫЙ СТОЛ 3 Автоматизация телефонных опросов: современные подходы к регистрации данных	499
МАСТЕР-КЛАСС 1 Alternative Methods for Estimating Election Outcomes (Альтернативные методы предвыборных прогнозов)	499
МАСТЕР-КЛАСС 2 «Производство» исследователя в процессе исследования или фазы цикла формирования полевого исследователя: от замысла через полевой шок к презентации результатов	499
МАСТЕР-КЛАСС 3 Конструирование индексов в сравнительных социальных исследованиях	499
Книга Бориса Докторова «Все мы вышли из Грушинской шинели»	500

Часть 1. Тезисы конференции

МЕЖДУ НАУКОЙ И УПРАВЛЕНИЕМ: СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЕ ПРОГНОЗИРОВАНИЕ КАК СПОРНАЯ ТЕРРИТОРИЯ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО ПРОИЗВОДСТВА

Р. Алишаускене, Н. Есипова, С. Новикас
«ПОДДЕРЖКА НАРОДА»: ЧТО ОЗНАЧАЕТ УРОВЕНЬ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ В МИРЕ?
(ПО МАТЕРИАЛАМ GALLUP WORLD POLL)

*АЛИШАУСКЕНЕ Раса – доктор социологических наук, генеральный директор Baltic Surveys.
E-mail: rasa@baltic-surveys.lt.*

ЕСИПОВА Нелли - вице-президент Института Гэллапа.

НОВИКАС Саулюс – руководитель исследовательских проектов Baltic Surveys.

Анализ результатов исследования Gallup World Poll за 2008–2013 г. в 122 странах позволяет авторам делать следующие выводы:

- **Подтверждена** гипотеза о взаимосвязи общественных установок по отношению к разным институтам власти: установлена значимая взаимосвязь между уровнем доверия к политическому руководству страны и уровнем доверия к правительству страны.
- На поле доверия данные институты сосуществуют с вооруженными силами, правовыми и финансовыми институтами, хотя взаимосвязь между уровнем доверия к институтам власти и уровнем доверия к силовым/финансовым институтам слабее, чем взаимосвязь установок на институты власти.
- **Не подтверждена** гипотеза о взаимосвязи уровня религиозности общества и отношения к институтам власти. Уровень религиозности общества слабо связан с уровнем доверия и к институтам власти, и к силовым/финансовым институтам.
- Уровень доверия к институтам власти в странах Центральной и Восточной Европы и в странах экс-СССР ситуационный – его динамика сильно зависит от уровня ожиданий общества и избирательного цикла (наблюдается феномен маятника).
- На основе сравнения данных Gallup World Poll и анализа Economist Intelligence Unit можно полагать, что уровень доверия к правовым институтам независимо от уровня доверия к институтам власти является более сильным индикатором потенциала конфликтности/вероятного протеста конкретного общества, чем ситуативный уровень политической лояльности к институтам власти.

Д.В. Афанасьев, Т.А. Гужавина
ПОЛИТИЧЕСКОЕ НЕДОВОЛЬСТВО И ПРОТЕСТНОЕ ПОВЕДЕНИЕ
(НА МАТЕРИАЛАХ ИСЭРТ РАН г. ВОЛОГДА)

АФАНАСЬЕВ Дмитрий Владимирович – кандидат социологических наук, доцент, ректор ФГБОУ ЧГУ, зав. лабораторией экономико-социологических исследований ИСЭРТ РАН. E-mail: afanasyevdv@chsu.ru

ГУЖАВИНА Татьяна Анатольевна – кандидат философских наук, доцент, ведущий научный сотрудник лаборатории экономико-социологических исследований ИСЭРТ РАН (г. Вологда). E-mail: tanja_gta@mail.ru

Протестное поведение достаточно давно изучается на эмпирическом и теоретическом уровне в рамках политической социологии. Несмотря на имеющийся в распоряжении социологов значительный массив эмпирических данных, относящихся к описанию и объяснению протестного поведения населения как всей России, так и Вологодской области, можно констатировать отсутствие интегральной теоретической модели, увязывающей различные факторы возникновения предпосылок протеста и трансформации этих предпосылок в протест. Если протест относится к реальному поведению или активному формулированию несогласия и критики, то недовольство более широкое понятие, захватывающее установку индивида, относящуюся к уровню его (не)удовлетворенности в рамках соответствующей политической системы.

Традиционно инструментом оценки недовольства выступает индекс социального настроения (ИСН). Сравнивая результаты мониторинга ВЦИОМа и ИСЭРТ РАН, проводимых по сопоставимым методикам, мы получаем схожие тенденции, свидетельствующие о значительном падении ИСН с 2008 по 2013 г. Заметны последствия кризиса, который задел практически всех жителей России. Вологодская область пострадала от кризиса в несколько большей степени.

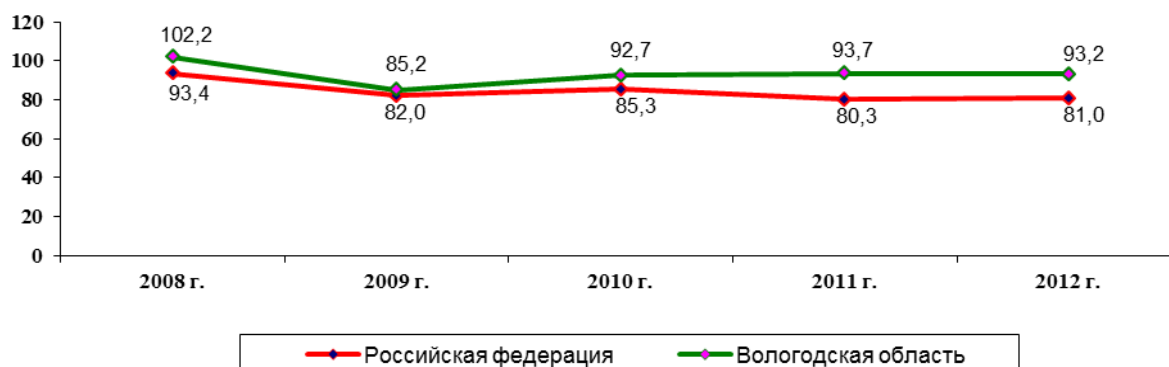


Рисунок 1 – Динамика индекса социального настроения в Российской Федерации и в Вологодской области (в пунктах)
 Данные по РФ – ВЦИОМ, данные по Вологодской области – ИСЭРТ РАН по методике ВЦИОМ.

Вместе с тем очевидное ухудшение социального самочувствия автоматически не ведет к росту протестного потенциала населения – готовности участвовать в политических акциях.

Таблица 1 Динамика потенциала протеста (в% от числа опрошенных)

Варианты ответов	1998–1999 гг.	2007 г.	2011 г.	2012 г.	2013 г.
Потенциал протеста	37,3	20,6	19,9	20,2	16,5
Выйду на митинг, демонстрацию	9,4	9,6	10,9	10,3	9,3
Буду участвовать в забастовках, акциях протеста	12,7	5,7	4,7	5,7	3,9
Если надо, возьму оружие, пойду на баррикады	15,3	5,3	4,3	4,2	3,3

Источник: Данные мониторинга ИСЭРТ РАН.

Протестные настроения конца 1990-х гг. носили более радикальный характер и в большей степени были ориентированы на насильственные формы. За прошедшие годы выбор таких форм, как выход на баррикады, участие в забастовках и т.п. в 3–5 раз. Жители области явно демонстрируют склонность к ненасильственным формам выражения своего несогласия с политикой властей. В целом потенциал протеста в 2013 г. в регионе более чем в 2 раза ниже по сравнению с 1998–1999 гг.

Имеет смысл указать на разрыв между явным ростом недовольства, выраженным в падении ИСН после кризиса и практическим отсутствием динамики протестного потенциала в до- и послекризисный период. Динамика же фактических протестных акций населения области вообще никак не соотносится ни с динамикой недовольства, ни с динамикой протестных настроений. Она, скорее, говорит о лояльном и апатичном политическом поведении. Это ставит нас перед очевидной исследовательской проблемой: как же связаны политическое недовольство, заявляемая вербально готовность к участию в акциях протеста и уровень реального протеста?

Логически мы можем предположить, что среди факторов, трансформирующих запрос на протест в готовность индивида участвовать в протесте и в фактическое участие должны быть и факторы социально-психологического порядка, и факторы социального и политического контекста.

К факторам субъективного, социально-психологического порядка относятся *инструментальные* расчеты и соображения, основанные на ощущаемой индивидами способности и возможности достичь целей, участвуя в протестных действиях (то, что описывается концепцией *внутренней и внешней эффективности и ресурсной моделью участия*), фактор *групповой идентификации*, фактор *эмоций* (например, *гнева, солидарности, страха, гордости*), наконец, *идеологический* фактор.

Ряд исследователей добавляют к этой группе *политико-культурные* факторы, в частности специфическую систему ценностей, сложившуюся у населения региона. Роль данного фактора в формировании протестного поведения еще предстоит оценить¹.

Внешний контекст задается характером открытости или закрытости, мягкости или репрессивности режима (описываемый *теорией структуры политических возможностей*), наличием и эффективностью сетей (каналов) мобилизации на протестное политическое участие.

В рамках поля исследований протеста сети доверия являются наиболее вероятными каналами мобилизации индивидов в протестную деятельность. Следует указать на возникновение в регионе новых типов коммуникационных, а вслед за ними и организационных сетей, базирующихся на Интернет-технологиях. Они еще слабо распространены, но уже начинают играть роль новых каналов мобилизации на коллективные действия. Как показывает мировой и российский опыт, они довольно эффективно могут выполнять роль каналов вовлечения в протестную деятельность и трансляции организационных инноваций протеста, расширяя тем самым репертуар протестного движения. *Проникновение новых технологий протеста в регионы находится на раннем этапе, однако скорость диффузии инноваций очень велика, и на новом этапе политического развития следует ожидать гораздо более широкое использование этого инструмента политической конфронтации и канала политической мобилизации.*

Новые сети доверия отчасти позволяют надеяться на возможность преодоления тупика деструкции доверия и распада традиционных форм коллективности. Благодаря расширению репертуара протестных акций, на наш взгляд, создаются определенные возможности для ориентации характерного для современной России мягкого авторитаризма в сторону постепенной демократизации.

Значение имеет *географический контекст*: в мегаполисах, таких как Москва, Санкт-Петербург, где концентрация населения превышает население некоторых российских регионов в несколько раз²,

¹ Система ценностей населения региона изучается в рамках исследовательской программы ИСЭРТ РАН «Социокультурный портрет региона» по методике академика Н.И. Лапина.

² Вологодская область по данным Росстата насчитывает 1198 тыс. чел.; <http://vologdastat.ru> (дата обращения 01.11.2013).

где уровень жизни выше³, где сосредоточены штаб-квартиры общественных организаций, правительство и парламент страны, социальное напряжение выплескивается наружу быстрее и ярче.

Политический контекст является результатом четырех факторов: степень доступа к формальной политической структуре, стабильность/нестабильность политических группировок, доступность и идеологические позиции потенциальных партнеров по альянсам и политические конфликты между элитами. Политическая возможность, очевидно, представляет сложный конструкт с несколькими аспектами, многие из них специфичные для определенных типов режима. В целом политические возможности являются одновременно фактором ограничения для последовательного перерастания протестного потенциала в фактический протест.

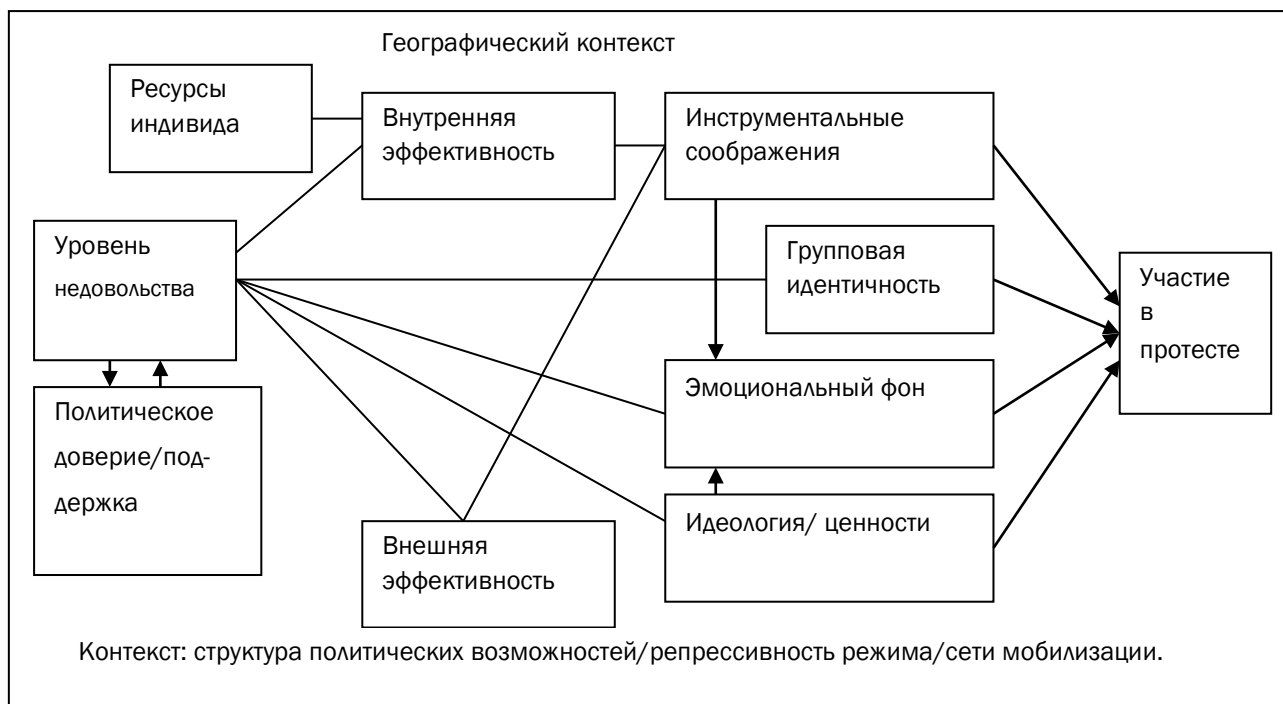


Рисунок 2 – Модель трансформации политического недовольства в протестное поведение

Практическая задача сводится к операционализации всех концептуальных элементов модели, что позволит разработать адекватный инструментарий политико-социологического исследования и осуществить эмпирическую проверку гипотез о взаимосвязи и влиянии факторов протестного поведения для разных социальных групп.

М.С. Васянин

РОЛЬ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО СООБЩЕСТВА РЕГИОНОВ НА ВЫБОРАХ ГУБЕРНАТОРОВ

ВАСЯНИН Михаил Сергеевич – кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры «Социология и управление персоналом» Пензенского государственного университета. E-mail: mihail.vasyanin@gmail.com

³ Средняя зарплата в Вологодской области 24 104 руб., в Москве 53 953 руб., в Санкт-Петербурге 34 104 руб.; <http://www.mojazarplata.ru/main/zarabotok/srednjaja-zarplata/2013> (дата обращения 02.12.2013).

Пензенская область является одним из многих регионов, где в 2014–2015 гг. пройдут выборы депутатов и губернатора. Действующий губернатор, который занимает этот пост уже довольно длительное время, не исключает своего участия в новых выборах. Это говорит об уверенности в своих силах и прежде всего об уверенности в своем электорате, среди которого главенствующая роль должна отводиться и отводится предпринимательскому сообществу. Последнее утверждение справедливо для большинства регионов страны. Именно представители регионального бизнеса, среди которых присутствуют владельцы СМИ и крупных организаций и которые являются лидерами мнений для значительного круга местных граждан, могут стать определяющей силой на выборах. В свете этого актуальным становится исследование отношения предпринимательского сообщества региона не только к определенным партийным фигурам, стремящимся проявить себя на должности главы региона, но и отношение к власти и политике вообще.

По результатам нашего опроса, 38% респондентов-предпринимателей⁴ постоянно следят за политической жизнью страны, еще 55% иногда интересуются политикой. Иначе говоря, более 90% предпринимателей так или иначе в курсе политических событий. Понятно, что от расстановки политических сил в стране в целом и в регионе в частности зависит судьба каждого ее гражданина. Но предпринимательский слой взаимодействует с государством больше остального населения страны вследствие своей профессиональной деятельности. Таким образом, именно предприниматели несут наибольший риск от выбранного государством политического, экономического и социального направлений развития страны.

Из 15 респондентов-предпринимателей⁵ одна женщина и все 10 интервьюируемых мужчин высказались о том, что не просто интересуются вопросами политики, но и хотели бы себя попробовать в ней. Двое предпринимателей из их числа уже пробовали заниматься политикой.

Респондент Е.М. (43 года, муж., стаж предпринимательской деятельности – 14 лет):

«Да интересуюсь [политикой]. Хотел бы попробовать. В качестве участника политического процесса, влияющего на принятие важных решений. Возможно, депутата до уровня города или члена команды депутата. В таком случае – до уровня Госдумы. Уже много лет являюсь членом политсовета местного отделения партий правого толка...»

Респондент С.И. (24 года, муж., стаж предпринимательской деятельности – 3,5 года):

«Политикой обязательно надо интересоваться... Политика показывает стабильность и нестабильность... Исходя из того, как вносятся поправки к закону, видно, что будет через год, через два, в какое русло направляется законодательство. Себя хочется попробовать в политике, так как политика позволяет защитить свои инвестиции. Обязательно и самостоятельно участвовать и продвигать знакомых и партнеров. Можно попробовать себя вначале на региональном уровне, например, в Законодательном собрании.»

Вместе с тем следует согласиться с мнением А.Е. Чириковой о том, что «предприниматели играют в процессе разработки и принятия политических решений далеко не соответствующую своему экономическому весу и влиянию роль» [1, с. 72], поэтому тот кандидат в губернаторы, который сможет убедить предпринимательское сообщество в том, что мнение представителей региональных бизнес-элит в процессе управления регионом будет востребованным и зачастую решающим, сможет привлечь на свою сторону представителей предпринимательства.

⁴ Анкетный опрос проводился среди 385 предпринимателей Пензенской области методом «снежного кома».

⁵ Глубинные интервью были проведены с 15 предпринимателями Пензы.

Типичный ответ той части интервьюируемых женского пола, которые не интересуются политикой, звучит, как всяческое ограждение себя от вопросов, связанных с политикой и ориентация на работу, семью и близких. А.Е. Чирикова также указывает на дистанцирование женщин-предпринимательниц от политики и власти, но объясняет это тем, что женщины не связывают возможности развития бизнеса с политикой и властью в открытом диалоге, причем акцент делается именно на открытости и благожелательности со стороны власти [1, с. 75]. Это также важный момент в процессе налаживания отношений с предпринимательским сообществом.

По мере того как бизнес становится крупнее, его участники стремятся оказывать влияние на политику. Это может быть прямой подкуп должностных государственных лиц, лоббирование своих интересов, выдвижение в депутаты своих людей или себя. Все это направлено на создание лучших условий для развития своего бизнеса. Малый и средний бизнес создает такие объединения, как «Деловая Россия» и «Опора России», и уже через них представляет свои интересы государству. И если крупный бизнес имеет серьезные рычаги давления на правительство вследствие большой роли (градообразующие предприятия, крупные налогоплательщики и т.д.), то малый бизнес даже через объединения зачастую может выступать только как консультационный орган, к которому власть может прислушиваться или игнорировать его. При втором варианте возникает апатия к реальным преобразованиям, выдвижению новых идей, растет недовольство властями. По нашему мнению, увлеченность политикой среди предпринимателей и придание ей большой важности для развития бизнеса говорит о неразвитости политических институтов государства и делового климата. Предприниматель не должен ощущать на себе и своем бизнесе последствий решений политических лидеров. В то же время именно недовольство существующим порядком и тенденциями в стране в целом и в регионах в частности делает предпринимательское мнение важным фактором на выборах 2014–2015 гг.

Литература

- 1 Чирикова А.Е. Женщина во главе фирмы. – М.: Изд-во Института социологии РАН, 1998.

И.В. Галенда КОНТЕНТ-АНАЛИЗ СООБЩЕНИЙ О ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАРТИИ «УДАР»: В ПОИСКАХ СВЯЗЕЙ

ГАЛЕНДА Иван Владимирович – студент 5-го курса (специалист) факультета социологии Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. E-mail: galendaivan@gmail.com

Цель данного пилотного исследования – диагностика наличия связей между количеством упоминаний политической силы в СМИ и изменением ее избирательного рейтинга, результаты которого представлены ниже. Данные, собранные методом контент-анализа, анализировали методом временных рядов в связке с результатами опросов общественного мнения по поводу рейтинга партии. Базой для исследования стали два онлайн-ресурса [1, 2]: журнал «Корреспондент» («Корреспондент») и телевизионный новостной портал «ТСН» («Телевізійна служба новин» – телевизионная служба новостей). Период наблюдения охватил 12 месяцев до проведения выборов депутатов в Верховную Раду Украины – с октября 2011 г. до октября 2012 г. За данный период политическая партия в данных СМИ упоминалась в 512 сообщениях, что и составило выборочную совокупность исследования.

На следующем этапе методом временных рядов анализировали результаты рейтинговых опросов ведущих социологических служб, среди них «Рейтинг», Центр Разумкова, Socis, GFK Ukraine и КМИС.

Новостные сообщения СМИ не являются политической агитацией, они не должны выполнять функцию рекламы кандидата в депутаты либо политической партии (при условии объективности самого канала информации). Но даже при условии кристальной честности необходимо учитывать фактор

личностного влияния репортера и впечатление зрителя, читателя, слушателя – конечного потребителя информации. Важен и сам количественный фактор – хотя новостные сообщения эксплицитно отражают историю в фактах, но в конечном итоге они имплицитно создают артефакты человеческого сознания (влияя на результаты выборов, общественное мнение по поводу тех или иных освещенных средствами массовой информации вопросов) – то, что Гидденс называет двойной герменевтикой социального знания и человеческой деятельности [3, 4].

Интересным фактом (и причиной выбора именно ПП «УДАР») стал резкий взлет рейтинга партии с 4% осенью 2011 г. до 15% [5], которые партия получила в результате волеизъявления населения Украины. В этом процессе важную роль сыграли СМИ, постоянно освещая деятельность партии и ее лидера, актуализируя их в общественном сознании. Также исследовательский интерес состоял в отслеживании, как в СМИ постсоветских стран отражается политическая кампания – существует утверждение о том, выбор населения зависит от харизматичности лидера, а программы партий и их идеология несет второстепенную роль. К тому же во главе партии стоит один из наиболее поддерживаемых ныне политиков – в прошлом боксер, основатель многих фондов помощи, меценат и один из ключевых фигур оппозиции Виталий Кличко (согласно одному из последних исследований, проведенных социологической службой СОЦИС, во втором туре президентских выборов Виталий набрал бы 42,7% голосов избирателей [6]).

Для анализируемых сообщений характерно выделение нескольких ключевых тематик, вокруг которых были дискуссии. Во-первых, можно определить тематический фокус на освобождение осужденных украинских политиков Тимошенко и Луценко. Второй фокус – объединение оппозиционных партий, выдвижение общего лидера. Третий – сообщения собственно о деятельности самой политической силы либо ее лидера. Эти сообщения имели преимущественно информирующую функцию, согласно которой их конечный потребитель должен был бы расставить для себя приоритеты сам.

Полученные путем контент-анализа данные позволили сделать следующие выводы:

- 1 Существует связь между рейтингом партии и количеством воспоминаний ее в СМИ. Коэффициент корреляции Пирсона составляет 0,848. Гипотеза о том, что на рейтинг влияют и позитивные либо негативные оценки в СМИ не подтвердилась – связи между данными показателями не обнаружено.
- 2 Фокусировка сообщений СМИ только на исследуемую политическую силу отмечена в 19% случаев. В остальных же случаях там упоминается какая-либо другая политическая сила, кроме исследуемой. При этом в 37% случаев статья затрагивает все политические силы. Это значит, что СМИ пытаются не концентрировать внимание на одной политической силе, а сравнивать их, показывать общую картину происходящего.
- 3 Гипотеза о том, что имя лидера партии Виталия Кличка фигурирует чаще названия партии, не подтвердилась. Данные в исследуемых СМИ расходятся: ТСН: 4% – употребление только фамилии, 17% – употребление только названия, 78% – употребление и того и другого. Данные полученные от анализа сообщений на «Корреспондент» не показывают существенного распределения – было набрано соответственно 30, 30 и 37% на каждую анализируемую категорию. Здесь может быть существенной политика редакции, которую невозможно проследить без интервью с сотрудниками. Существенным остается, что 70% всех статей имеют в себе любые ссылки или упоминания лидера, ведь это популяризует саму партию и сообщение о ней в СМИ.
- 4 Большинство сообщений транслируют нейтральную авторскую позицию. Статистически это отображается так: нейтральное отношение набрало 56%, позитивные оценки – 24%, негативные оценки – 19%. Во время избирательной кампании социологи выразили идею о том, что рейтинг партии растет при отсутствии негативной информации (в сравнении с компрометирующими сообщениями о других политических силах).

- 5 Оппозиционность партии не транслируется путем сравнения с партией власти, ведь намного чаще сравниваются либо все силы, либо отдельно оппозиционные (в фокусе объединения оппозиции).

Главная гипотеза исследования подтвердилась, показав статистически значимую корреляцию между количеством сообщений и рейтингом политической силы.

Партия «УДАР» Виталия Кличко впервые преодолела проходной барьер и прошла в Верховную Раду, набрав 13,96% голосов избирателей. Учитывая, что предвыборные исследования показали высокий рейтинг партии задолго до выборов, ей было обеспечено и пристальное внимание СМИ, и желание обойти от конкурентов среди оппозиционных сил, и попытки дискредитации.

Почти в 70% случаев в сообщениях СМИ фигурировали название партии и имя ее лидера, что в принципе подтверждает идею о том, что на постсоветском пространстве еще не утвердилась идея рациональной поддержки политической силы (подход, представляемый Е. Даунсом [8]), а все еще очень сильна социально-психологическая либо, как ее еще называют, эмоциональная модель. (представители – Э. Кэмпбэлл, Дж. Бэлкнапп [7]), ведь рядовой избиратель акцентирует свое внимание на персоне лидера, на эмоциональных оценках, на его честности, а не на том, какую пользу может принести выбор той или иной партии либо идеологии, которую пропагандирует данная политическая сила.

Проведенное исследование может служить базой для дальнейшего расширения используемых методик. Полученные результаты могут использоваться как социологами, так и политологами, психологами. Возможность четко отслеживать и прогнозировать рейтинги партии на основе контент-анализа сообщений СМИ нужно повторно проверять на других массивах данных и в других условиях, для того чтобы иметь возможность говорить о более обширной экстраполяции и возможности использования исследовательских методик в политических исследованиях.

Литература

- 1 Веб-сторінка журналу «Кореспондент»; <http://ua.korrespondent.net>.
- 2 Веб-сторінка телевізійної служби новин «ТСН» – <http://tsn.ua>.
- 3 Доценко Е. Психология манипуляции. Феномены, механизмы, защита. – М.: Алгоритм, 1996. – 106 с.
- 4 Кандиба И. Что такое новые медиа?; <http://moreintelligentweb.net/post/200>.
- 5 Центральная избирательная комиссия; http://www.cvk.gov.ua/vnd_2012.
- 6 Центр соціальних та маркетингових досліджень SOCIS; <http://www.socis.kiev.ua/ua/press/dani-zahalnoukrajinskoho-sotsiologichnoho-doslidzhennja-monitorynhu-ukrajina-i-ukrajintsi.html>.
- 7 Campbell A, Converse P. E., Miller W. E. and Stokes D. E. The American Voter. – NY, 1960.
- 8 Downs A. An Economic Theory of Democracy, 1957.

Г.Б. Дайрабаева; Г.А. Шадинова

КАЗАХСТАНСКАЯ ЦИВИЛИЗАЦИЯ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ПРОБЛЕМЫ ПОИСКА ПУТЕЙ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИФИКАЦИИ

ДАЙРАБАЕВА Гуланда Бегалиевна – кандидат философских наук, доцент МКТУ им. Х.А.Яссави. E-mail: Shadinova.g@mail.ru.

ШАДИНОВА Гульзира Абилсановна - кандидат философских наук, доцент МКТУ им. Х.А.Яссави. E-mail: Shadinova.g@mail.ru.

Культурно-цивилизационный аспект процессов глобализации – сегодня наиболее спорная и непредсказуемая тема. Разброс мнений чрезвычайно широк, некоторые из них взаимоисключают друг друга. Именно поэтому подобный вопрос представляет интерес как для казахстанского общества в целом, так и для научного изучения, иначе говоря, представляет социальную и научную актуальность одновременно. Хотя исследований на данную тему достаточно много, она еще не до конца изучена, многие моменты исследованы не слишком тщательно, а в некоторых областях имеются существенные пробелы [1, с. 12].

В современной политической литературе существует множество определений идентичности. Под идентичностью (от лат. *Identifico* – отождествляю) понимают действие, некий процесс соотнесения объекта (субъекта) с другими, выявление общих или специфических признаков, черт, самоотождествление индивида с другим человеком, группой, образцом, идеалом, в нашем случае – с определенной нацией [2, с. 74]. Иначе говоря, элементом национальной идентичности является некая смысловая целостность, воспринимаемая как характеристика нации. Именно данная целостность соединяет всю конструкцию воедино. Изменить идентичность невозможно без смены ее главной идеи. И наоборот, никакая идентичность не устоит, если произойдет размывание основной идеи.

Понятие идентичности стало одним из центральных исследований Э. Эриксона. По его мнению, решающую роль в формировании идентичности играет отношение человека к его социальной среде. В ходе этого процесса личные характеристики, растущее разнообразие социального опыта, включая оценки и признания другими, развиваются с помощью культурных средств, которые индивид черпает из культурного набора своего социального круга, уподобляясь остальным его членам, но в то же время сохраняя своеобразие. Изменение социокультурных условий существования личности ведет к утрате прежней и необходимости формирования новой идентичности. Иногда это приводит к глубоким личностным затруднениям и потере себя [3, с. 145].

Однако наряду с однозначным свидетельством расцвета и подъема страны все более заметен диссонанс между признаками материального благополучия народа и явным регрессом духовных ценностей, поэтому одним из важнейших гуманитарных вопросов современного развития Казахстана является сохранение своей уникальной самобытности и культуры, одной из составляющих культурного пространства Евразии в целом. Именно поэтому исследование процессов культурно-цивилизационного пути развития Казахстана в контексте трансформации казахстанского социума в эпоху глобализации необходимо и важно, поскольку предмет исследования и поставленные задачи диктуют необходимость социально-философского и политологического анализа тенденций развития современного казахстанского социума, предполагающий метод философской рефлексии [1, с. 21].

В данном дискурсе основное внимание, на наш взгляд, должно быть сфокусировано на представлении о Казахстане как о самостоятельной цивилизации. Однако при этом складываются различные образы Казахстана как, например, тюркской (тюрко-мусульманской или тюрко-православной), казахской, центральноазиатской и евразийской цивилизации[1].

Многообразие образов Казахстана в цивилизационном самосознании вполне вписывается в тот постнеклассический когнитивный контекст, в рамках которого происходит переход от монистической интерпретации социальной реальности к плюралистической, а методологический плюрализм становится нормой познавательной деятельности. Кроме того, «цивилизация» принадлежит к тем понятиям, которые называются философскими, метафизическими, или, трансцендентными, возникшими в силу «рефлектирующей способности суждения» (И. Кант), не зависимой от эмпирического материала.

Современная казахстанская цивилизация представляет прежде всего локальную межэтническую общность, формирующуюся на основе единства исторической судьбы народов, проживающих на широких просторах страны, длительного и тесного культурного взаимодействия и культурного обмена между ними, в результате чего сложился высокий уровень сходства в институциональных формах и механизмах их социальной организации и регуляции, правовых и политических системах, специализированных компонентах и формах хозяйственного уклада, религиозно-конфессиональных институтах, в философии, науке, системах образования и т.п., «при

сохранении большого или меньшего разнообразия в чертах этнографических культур народов, составляющих ту или иную цивилизацию» [4, с. 168–169].

Современная казахстанская цивилизация представляет прежде всего локальную межэтническую общность, формирующуюся на основе единства исторической судьбы народов, проживающих на широких просторах страны, длительного и тесного культурного взаимодействия и культурного обмена между ними, в результате этого сложился высокий уровень сходства в институциональных формах и механизмах их социальной организации и регуляции, правовых и политических системах, специализированных компонентах и формах хозяйственного уклада, религиозно-конфессиональных институтах, в философии, науке, системах образования и т.п., «при сохранении большого или меньшего разнообразия в чертах этнографических культур уникальность казахстанской цивилизации основана на синкретизме сознания – способности не только органически совмещать в себе элементы разных религиозных систем, различных культурных традиций, но и переваривать их в себе – это адаптационные качества, присущие казахам, казахстанцам и всему Казахстану как стране. Именно поэтому у Казахстана есть способность быстро проводить реформы и внедрять инновации, которые помогут нам развиваться дальше, так как в основе цивилизационной самоидентификации казахстанского социума лежат его единство, целостность и непрерывность» [5, с. 131].

Обретение Республикой Казахстан 16 декабря 1991 г. независимости, безусловно, стало поворотным моментом в ее истории, открыв ей путь для широкой интеграции в мировое сообщество как полноправного субъекта международных отношений. Наряду с возвращением к своим историческим ценностям и осознанием глубины культурного и духовного наследия, в республике крепнет ясное понимание необходимости освоения и приобщения к ценностям современной мировой цивилизации.

Сегодня в условиях глобализации особое место приобретает проблема осмысления сущности дальнейшего развития человечества. В этой связи президент Республики Казахстан Н.А. Назарбаев особо подчеркнул, что: «В условиях глобализации и быстро меняющейся экономической обстановки, а также соседства с большими, конкурентоспособными странами Казахстану необходимо быть гибким и мобильным, только таким образом страна сможет оперативно отвечать на вызовы глобализации» [6, с. 78].

В условиях современной глобализации правы те исследователи (В.Г. Федотова и др.), которые высказывают суждения, созвучные духу интернационализации: плодотворное взаимодействие национальных культур и культурных ценностей, которые имманентно присущи всем культурам; ценность человеческой жизни, его прав, моральные нормы, ценности равенства, семьи, труда, коллективности, науки и знаний и т.д. Именно они способны аккумулировать ценности демократии, гражданского общества, общечеловеческой солидарности и т.д., и дать новую, в духе социокультурной глобальности, основу идентичности человека, т.е. его поведения в соответствии с принципами гражданского общества. Стало быть, идентификация не на основе западных ценностей, а базовых, которые заложены в глубинных основах всех национальных культур, главных внутренних источников их саморазвития. Идентификация не на основе вестернизации и унификации культур, а их плюрализма, сохранения ценностей индивидуализма Запада и коллективизма Востока [7, с. 54].

При этом Казахстан не должен отказываться от своей собственной идентичности. Для нас европейские ценности являются достижениями мировой цивилизации, имеющими универсальную значимость и притягательность. Европа прошла долгий и сложный путь, прежде чем смогла стать регионом мира и процветания и благотворно влиять на соседей. Поэтому решение проблем новой цивилизационной модернизации лежит в сфере культуры и ее ориентации на социальный прогресс. С превращением нации с господствующим мультикультуралистским сознанием в нацию с господствующим полисоциокультуралистским сознанием начнется уже цивилизационный этап развития казахстанского социума, который призван сформировать не только собственное казахское понимание гуманизма, но и культурно социализировать его в гражданском обществе. Сформировать казахскую нацию как нацию уже политическую, а не этнократическую, став основой для

формирования народа как единой гражданской или политической общности людей различной национальности. При этом именно нация является строителем гражданского общества основанного на рациональных началах свободы, равенства и справедливости.

Таким образом, Казахская цивилизация в контексте глобализации и проблемы поиска путей культурной идентификации направленная на возрождение многовековой духовной культуры Казахстана. Она, несомненно, внесет весомый вклад в науку, культуру и литературу.

Литература

- 1 Байдаров Е.У. Культурно-цивилизационное развитие Казахстана в контексте трансформации казахстанского социума в эпоху глобализации: философско-политологический анализ. – Алматы: «TST Company», 2011. – 53 с.
- 2 Тойнби А.Дж. Цивилизация перед судом истории: Сборник / Пер. с англ. – 2-е изд. – М: Айрис-пресс, 2003. – 592 с.
- 3 Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / Пер. с англ.; общ. ред. и предисл. А.В. Толстых. – М.: Прогресс, б.г. (1996).
- 4 Флиер А.Я. Культурология для культурологов. – М., 2000.
- 5 Масалимова А. К проблеме идентификации цивилизационных ценностей // Казахстанская цивилизация в контексте глобализации и поиска путей культурной идентификации: Материалы международной научной конференции. – Алматы: Казак университеті, 2003 – С. 83-87.
- 6 Назарбаев Н.А. Инновационная индустрия науки и знаний – стратегический ресурс Казахстана в XXI веке // Казахстанская правда. – 2010. – 8 декабря.
- 7 Косиченко А.Г. Влияние глобализации на духовные основы, ценности и идеалы казахстанского общества // Казахстан в условиях глобализации: философско-политологический анализ. – Алматы: К-ИЦ ИФП МОН РК, 2006. – 363 с. – С. 184–227.

Ю.А. Дроздова

РАЗВИТИЕ РЕГИОНА ГЛАЗАМИ СОЦИОЛОГА: ОПЫТ ПОЛЕВОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ИМИДЖА ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

ДРОЗДОВА Юлия Алексеевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры менеджмента ФГБОУ ВПО Волгоградский филиал «Российской академии народного хозяйства и государственной службы». E-mail: juliadrozdova@mail.ru

В рамках реализации гранта РГНФ 13-13-34009 «Имидж региона как коммуникативная стратегия власти и СМИ» в апреле-августе 2013 г. было проведено комплексное полевое исследование: социологический опрос жителей региона ($n=1000$) и интервьюирование внутренних экспертов (представителей власти, СМИ, бизнеса, научного и творческого сообщества), проживающих в Волгоградской области ($n=20$), и внешних экспертов, уехавших из региона, но связанных с Волгоградским регионом устойчивыми социальными практиками (Москва ($n=19$), Санкт-Петербург ($n=11$)). Исследование было направлено на выявление и анализ основных проблем и закономерностей взаимодействия населения, власти и СМИ в регионе для разработки технологии формирования его имиджа.

Имидж региона большинство экспертов определило как «как конкурентоспособный ресурс, маркетинговый инструмент и эффективные взаимоотношения с другими регионами» [1, с. 53]. Имидж рассматривается нами и как социокультурное явление, информационный продукт, представляющий относительно устойчивую совокупность рациональных и эмоциональных представлений, убеждений, ассоциаций, целенаправленно создаваемых в коммуникации «ВЛАСТЬ–СМИ–БИЗНЕС–НАСЕЛЕНИЕ».

В ответах на вопрос о привлекательности Волгоградского региона для основных целевых аудиторий преобладает оценка «скорее непривлекательный»/«средней привлекательности». Об этом свидетельствуют и высказывания внутренних и внешних экспертов: *«Для сегодняшних жителей Волгоградский регион скорее непривлекательный, поскольку ситуация в положительную сторону не развивается»* (эксперт из Санкт-Петербурга); *«Я знаю по себе и по своим однокурсникам, что очень сложно найти работу – везде требуется опыт и невозможно найти сразу выпускнику место, привлекательное по образованию, по специализации. Это очень сложно, и очень многие мои однокурсники и мои коллеги уже не работают в Волгограде»* (эксперт из Москвы). О слабой привлекательности региона для специалистов высокой квалификации говорили и внутренние эксперты: *«Чтобы свои навыки где-то как-то применить, наверное, необходим какой-то запрос, чтобы было место, где можно применить. У нас нет таких мест, у нас все встало, у нас даже заводы – где они? Люди с каким-то багажом знаний хотят соответствующую зарплату, уровень, им здесь такого не могут предложить»*.

Данная оценка региональной ситуации затрудняет формирование имиджа региона, свидетельствует о негативных тенденциях и предполагает большие усилия субъектов управления для изменения ситуации в Волгоградской области.

Имидж региона формируется в сознании общественности в результате непосредственного контакта с политической, экономической, социальной и культурной средой региона. Восприятие и оценка региона населением зависит от степени удовлетворенности регионом как местом жительства. Трагические события 2013 г. повлияли на восприятие Волгоградского региона, так как безопасность жизни является важнейшим показателем качества жизни.

Имидж региона определяют факторы объективные (природно-климатические условия, ресурсы, экономико-географическое положение, история региона, геополитическое положение, развитие экономики) и субъективные (региональное и муниципальное управление, политические лидеры, научные достижения, социальные отношения, коммуникации) [2, с. 43–44].

Респонденты оценивают как значительное преимущество выгодное географическое положение Волгоградской области (39,4%). Информанты отметили наличие рекреационных зон, но этот ресурс надо развивать, он является проблемным: *«Очень большие преимущества – зоны отдыха. Это и Волго-Ахтубинская пойма, но здесь необходимо обустройство и регулирование допуска»*, *«рекреационные зоны есть, но они не оборудованы»*; *«нет туристического комплекса, который включал бы мемориальную часть»*.

Волгоградская область – зона экстремального земледелия, но эксперты отмечали большие возможности для развития животноводства, садоводства, овощеводства: *«С точки зрения мировой экономики здесь есть определенные преимущества, но они сложны с точки зрения применения. Мы бы могли многое. Корейцы приспособляются и творят чудеса на наших землях. Надо максимально использовать то, что имеется»*; *«деградирует производящая пашня, ею не пользуются, при этом она приходит в негодность»*; *«когда мы говорим о зерне, то вспоминаем Кубань. А что Волгоград? Даже те же арбузы куда-то делись»*.

Проблемными являются возможности для развития предпринимательства. 42,7% респондентов считают, что таких преимуществ в Волгоградском регионе по сравнению с другими российскими регионами нет. По мнению внутреннего эксперта: *«Сейчас ведется политика поддержания малого и среднего бизнеса, но тяжело попасть в тот спектр, в ту группу предприятий, которую они поддерживают. Есть какие-то попытки поддерживать бизнесменов, малый и средний бизнес, но безуспешно»*. Исследование выявило депрессивные тенденции развития Волгоградского региона и слабую заинтересованность инвесторов в долгосрочных региональных инвестиционных проектах.

На сегодняшний день необходимо исследовать факторы политического влияния, механизмы информационной поддержки в формировании положительного имиджа области. Бездействие региональной и муниципальной власти отметили 52,4% респондентов, коррупцию власти – 65,4% опрошенных, 54,3% считают, что СМИ отражают интересы бюрократии, чиновников. В современных

условиях от деятельности, репутации политических акторов зависит продвижение имиджа региона и реальное осуществление инвестиционной стратегии [3, с. 56].

Стратегии формирования имиджа региона связаны со следующими составляющими:

1. Позиционирование Волгоградской области как промышленного, строительного и сельскохозяйственного и туристического центра.
2. Благоприятное с точки зрения природно-климатических условий качества жизни место проживания.
3. Рекреационная зона.
4. Регион как хранитель исторических ценностей, исторической памяти.

Респондентами наиболее перспективными направлениями были названы сельское хозяйство (57,4%), строительство (33,8%), туризм (25,1%).

Привлечению инвестиций в Волгоградский регион будут способствовать такие факторы, как: «активное взаимодействие власти и бизнеса» – 49,3%; «некоррупционность региональных и городских чиновников» – 38,6%; «безопасность ведения бизнеса» – 34,3%; «наличие реализуемой региональной стратегии, отвечающей потребностям региона» – 33,9% «предоставление социальных, налоговых и иных льгот» – 33,0%, «информированность и вовлеченность жителей в проекты развития региона» – 26,8%.

Институты власти могут рассматриваться как административный ресурс, а имидж региона является результатом управленческого действия/бездействия. В сложившихся негативных практиках взаимодействия населения, власти и СМИ формирование позитивного имиджа региона носит очень специфический, затруднительный характер и нуждается в новых подходах и стратегиях управления.

Повышение доверия к субъектам региональной политики через реально реализуемые программы экономического, социального, социокультурного развития региона, освоение гуманитарных ресурсов, включенность населения в регулярные и регулируемые взаимодействия будут способствовать переходу к солидарным отношениям и являются важнейшими ресурсами для развития регионов и государства.

Литература

1. Петров Э. Волгоград в XXI веке // Проект Нижняя Волга. 2013. № 2 (7) апрель.
2. Галумов Э. А. Имидж против имиджа. М: Известия. 2005.
3. Халиков М. С. Регион в дискурсе экономической социологии. М: Московский гос. ун-т им. М.В. Ломоносова. 2008.

Р.В. Евстифеев **ЛЮДИ И ГОРОД: МЕТАМОРФОЗЫ ВЗАИМООТНОШЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ НАУКИ** **И СОЦИАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

ЕВСТИФЕЕВ Роман Владимирович – заведующий кафедрой политологии Владимирского филиала РАНХиГС, доктор политических наук. E-mail: roman_66@list.ru.

Взаимоотношения социологии и социального управления очень часто сводятся к взаимоотношениями исполнителя и заказчика, где социологи в качестве исполнителей предлагают свой специфический товар (услугу), а в качестве заказчика выступают субъекты социального управления, властные институты.

Социология как наука, изучающая общество и развивающая специфические методы изучения общества, претендует на то, чтобы представлять субъекту социального управления достоверную информацию об объекте управления, т.е. об обществе.

Однако в реальности роли исполнителей и заказчиков тесно переплетаются не только между собой, но и с самим объектом управления, что приводит к искажению исследовательской оптики и к серьезным ошибкам.

Господство массового индустриального общества, с одной стороны, привело к вовлечению в сферу принятия политических решения больших групп населения, а с другой – способствовало развитию способов закрытия управленческих процессов от управляемых. Иными словами, вовлечение масс происходило чаще всего только в роли потребителей политических решений. При этом распределение реальной власти в обществе продвигалось по направлению к все более и более узкому кругу лиц, принимающих политические решения, к профессионализации функций и политика, и государственного чиновника.

Современная ситуация, в которой социологии и социальному управлению приходится взаимодействовать, характеризуется серьезным объективным противоречием между массовым характером политической мобилизации и участия, с одной стороны, и ростом возможностей и способностей индивидуализирующихся граждан, с другой, что приводит к возрастанию критического влияния немассовидного индивида на экономические и политические процессы.

На наш взгляд, растущее самосознание индивидуальностей и частичное выпадение из массы (пока факультативное, но все более и более активное) уже сегодня резко контрастирует с сущностью сложившегося политического и управленческого мировоззрения элиты.

Напряжения, рождаемые данным противоречием, являются причиной нестабильности существования многих intersubъективных структур общества, таких как политическое господство, социальная структура, экономическое взаимодействие и т.д.

Данная ситуация рождает запрос на новые принципы взаимоотношения между заказчиком и исследователем, между управлением и научным поиском. Социология, призванная давать объективный портрет общества, все чаще становится активным игроком в политической игре, что, конечно, повышает цену предоставляемой услуги, однако меняет саму сущность научно-исследовательской работы.

В связи с этим встающие перед социальной наукой амбициозные задачи выработки более эффективных методов социального управления, по всей видимости, уже не могут быть решены в рамках сложившейся системы взаимоотношений между заказчиком и исполнителем.

Попытка преодоления такого рода взаимоотношений была предпринята нами в рамках проекта «Принуждение к политике». Суть проекта – разработка новой модели управления городом Владимиром, основанной на привлечении и использовании энергии граждан.

Главная цель модели – создание управленческой ситуации, при которой основные направления развития города были бы согласованы с интересами граждан, обеспечены механизмами реализации и средствами контроля и диагностики.

В центре модели – созидание городского сообщества, выработка социального «софта» для взаимодействия граждан, развитие интеллектуального пространства, запуск механизмов рефлексии и саморефлексии в публичной сфере переход от логики массового общества к участию людей как индивидуальных, ответственных личностей.

Разработанная модель является комплексной неравновесной балансирующей моделью, эффективность которой зависит от соблюдения всеми участниками процесса следующих принципов:

- 1 Долгосрочность, т.е. направленность всей модели на долгую работу, а не на решение сиюминутных проблем.
- 2 Конвенциональность, т.е. реальные договоренности всех игроков, представленных в модели, соблюдать правила игры.
- 3 Субсидиарность, т.е. стремление решить важнейшие вопросы жизни города на самом близком к гражданам уровне.
- 4 Гибкость, т.е. готовность к изменениям самой модели, отсутствие жесткой заданности в структуре, составе элементов и в их функциях.

- 5 Инкрементальность, т.е. возможность пошагового построения и реализации модели, постепенность при общей системной целостности.
- 6 Открытость, т.е. публичность, доступность, информационная и организационная прозрачность.
- 7 Ответственность, т.е. публичное представление и последовательное выполнение всеми участниками создания и реализации модели собственных задач в данном процессе.
- 8 Инициативность и поддержка инициатив граждан, т.е. направленность всей работы на то, что в ее основе лежат интересы и активность самих граждан.

В основе модели лежат три концептуальные идеи.

Устойчивое и эффективное развитие города, стабильная политическая ситуация возможны только в том случае, когда направления развития города в целом совпадают с траекторией развития жителей города.

Стержневым элементом модели выступает знание граждан о самих себе, осознание своих интересов и интересов друг друга.

Центральным местом приложения сил является сфера взаимодействия власти и граждан.

Отсюда вытекают четыре взаимосвязанные задачи.

- 1 Политическая необходимость стратегии развития города как инструмента достижения широкого консенсуса по поводу пути, по которому будет развиваться город.

Создание целостной системы выявления и учета мнений и интересов жителей, «вшитой» в систему управления как один из основных элементов. Содержания данной задачи: 1) соединение в единую систему разрозненных элементов и видов выявления мнений граждан; 2) создание системы отбора и развития мнений и интересов; 3) создание системы участия граждан в принятии решений.

Таким образом, данная задача расширяет арсенал социальной науки, включая в него в качестве основных элементов референдумы, выборы, слушания, опросы, фокус-группы, собрания, сходы, семинары, конференции, sms-голосования, Интернет-опросы, форумы, «горячие линии», участие граждан разработке бюджета, принятии решений и т.д.

- 2 Система ответственности органов власти, состоящая, по крайней мере, из трех элементов.

Во-первых, система независимых критериев оценки деятельности органов муниципальной власти, разрабатываемая экспертно-научным сообществом с участием граждан и общественных организаций.

Во-вторых, контроль выполнения органами власти общественно значимых функций, осуществляемый представителями политических партий, общественных движений и гражданами в неинституализированном виде либо в рамках специально разработанной нормативной базы, посвященной усилению контрольных функций со стороны общества.

В-третьих, ежегодные публичные открытые отчеты широкого круга должностных лиц местного самоуправления, включая каждого депутата муниципального совета по заранее определяемому перечню контрольных параметров их деятельности.

- 3 Наиболее трудная часть разработки и реализации модели – поддержка ее функционирования на протяжении длительного срока, т.е. формирование института управления моделью в целом.

Опыт разработки и реализации модели показал ее большую востребованность у самых различных акторов, несомненный позитивный электоральный эффект, а также серьезный эвристический потенциал для социальной науки в сфере познания общественных процессов.

Н.П. Иванова

**МНЕНИЕ О МИРЕ И МИР МНЕНИЙ СКВОЗЬ ПРИЗМУ ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ
А. ШЮЦА: ПРОГНОСТИЧЕСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ**

ИВАНОВА Наталья Павловна – соискатель кафедры политологии и социологии САФУ им. М.В. Ломоносова, ассистент. E-mail: 2833788@gmail.com

Феноменологическая социология основными своими целями считает анализ и описание повседневной жизни – жизненного мира и связанных с ним состояний сознания.

Феноменология начинается с постановки под вопрос привычных повседневных практик, с установки на проблематизацию очевидного. Феноменологическая социология показывает, как в сознании конституируется мир и как человек его конструирует. Ученый рассматривает социальное бытие в качестве основы познавательного процесса и предмета феноменологии.

По мнению философа, мир интерсубъективен. Реальный мир – это лишь наши представления о реальном мире. Мир, в котором мы живем, существовал и до нашего рождения, соответственно социальные явления, процессы и феномены со временем накапливают оценки других людей.

Важная категория, которая рассматривается социологом – это индивидуальный опыт, складывающийся из совокупности личных оценок и мнения окружающих, является представлением о реальном мире, которым руководствуется индивид в обществе. Опыт выступает в качестве схемы действия, привычной и понятной. В качестве примера или аналога можно привести действие стереотипов в современном мире. Упомянутый социальный феномен принимается новыми поколениями как неоспоримый факт, с которым индивид соглашается и лишь добавляет свою индивидуальную оценку происходящего, оставаясь при этом близко от первоначальной интерпретации факта.

Каким образом в нашем сознании конституируется социальный опыт? Лишь незначительная часть формируется в личном опыте, большую часть мы получаем от окружающих нас людей, из малых и референтных групп. Это могут быть близкие люди, родственники, коллеги, друзья и т.д. Смысл заключается в том, что мы перенимаем результаты жизненного опыта других людей и стараемся переинтерпретировать собственное поведение и отношение к ценностям.

Социолог использует метафору «возвращающегося домой», которая хорошо иллюстрирует научные взгляды. Человек, на какое-то время покинувший дом, утрачивает былую связь со своей семьей, окружением. Некоторое время, находясь в иной социальной группе, он впитывает новые знания и ценности, которые постепенно изменяют его. «Возвращающийся» ожидает вернуться в окружение, где он уже был, но социальный опыт домашних и странника будут отличаться. Наше прошлое диктует нам наше настоящее. На основе полученного опыта мы предвосхищаем свое будущее, пытаясь предсказать социальную реакцию общественности.

Таким образом, жизненный мир, в интерпретации Э. Гуссерля, на которую ссылается А. Шюц – это «вся совокупность интерсубъективно разделяемого опыта повседневной жизни, включающего восприятие как природных объектов, так и других человеческих существ, материальных и символических продуктов человеческой деятельности».

Рассматривая прогностические возможности феноменологической социологии, хотелось бы особо остановиться на процессе сбора социологической информации, так как достоверность, объективность и эвристичность данных является профессиональным долгом социолога. Рассмотрим, что мы можем получить путем наложения исследовательской парадигмы на существующие общественные отношения.

Итак, феноменология связана с погружением в субъективный мир человека, с его личным социальным опытом и интерпретацией повседневности, поэтому социологи-исследователи в данном случае сталкиваются с целым рядом методологических проблем сбора данных.

Единственной возможностью, допускающей объективность ученого в рамках феноменологического подхода, было бы то, что исследователь обладает всеобъемлющим социальным опытом, чтобы включить все имеющиеся грани исследуемого объекта.

Кроме того, существует достаточное количество научных подтверждений тому, что люди склонны скрывать свою точку зрения или принимать позицию большинства. Например, исследовательница Э. Нозль-Нойман в своей монографии «Общественное мнение: открытие спирали молчания» дает развернутую характеристику этого социального феномена.

Рассмотрим другую возможную сторону использования парадигмы. В современном мире, пожалуй, уже нет более доступного источника социального опыта, чем средства массовой информации. Безусловно, если полностью следовать теории А. Шюца, маловероятно, что транслятором социального опыта могут быть средства массовой информации (СМИ), так как опыт intersubjectiven и не может приниматься по каналам коммуникации без рефлексии и переинтерпретирования индивидуального опыта. Но тем не менее в приложении к современной социальной реальности мы не можем исключать влияние СМИ на процесс формирования общественного сознания.

Роль СМИ в современном обществе занимает, пожалуй, ключевую позицию по возможностям и власти в процессе создания единого социального опыта для граждан, создание мифов, стереотипов, отношения к ценностям и манипулирования им.

Сквозь все концепции массовых коммуникаций просматривается идея о формировании некоего контента, принимающего для всех индивидуумов важную или достоверную информацию. В таком случае общественное мнение как выражение граждан личного отношения к ценностям, фактам или событиям представляет трансляцию сформированного, одинакового для всех контента с незначительной долей личной оценки. СМИ создают социальный опыт, в соответствии с которым большинство корректирует и свой личный.

Реальный мир – это уже даже не наше представление о нем, а представления СМИ о мире, которые мы принимаем как свои.

Литература

- 1 Коростина, П. В. СМИ как мониторинг политических интересов в регионе /П. В. Коростина // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2006. – № 7. – С. 114–116.
- 2 Ричард Харрис Психология массовых коммуникаций 4-е международное издание Санкт-Петербург «ПРАЙМ-ЕВРОЗНАК» «Издательский дом НЕВА» Москва «ОЛМА-ПРЕСС», 2002 – 158 с.
- 3 Шюц А. Смысловое строение социального мира // А. Шюц. Избранное: Мир, светящийся смыслом, М.: РОССПЭН, 2004. С. 687–1022.
- 4 Аберкромби Н. Социологический словарь: Пер. с англ. / Н. Аберкромби, С. Хилл, Б.С. Тернер; под ред.С.А.Ерофеева. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Экономика, 2004. – 620 с.

К.О. Калинин

**КОМПЛЕКСНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ФАКТОРА СОЦИАЛЬНО ПРИЕМЛЕМОГО ПОВЕДЕНИЯ
В ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ЭЛЕКТОРАЛЬНЫХ РЕЙТИНГАХ (2012–2013 гг.)⁶**

КАЛИНИН Кирилл Олегович – докторант Мичиганского университета (Анн Арбор), приглашенный преподаватель Европейского университета в Санкт-Петербурге. E-mail: kkalinin@umich.edu

Исследование качества выпускаемых полстерами электоральных рейтингов кандидатов, особенно в период избирательной кампании, – очень важная, хотя и достаточно сложная задача. Данная сложность объясняется тем, что в условиях современного российского авторитаризма выборы, характеризующиеся присутствием манипулятивной составляющей, не могут в полной мере служить эталоном для оценки их качества с целью дальнейшего совершенствования методик по электоральным прогнозам. Более того, любого рода совпадения электоральных рейтингов с официальными результатами, грешивших изрядным набором серьезных нарушений, не могут не привести к умножению числа сторонников «теории заговора», усматривающих в этом факт сговора между властями и полстерами. В результате, как показывает недавняя избирательная кампания по выборам мэра Москвы (2013 г.), у различных политических акторов, с одной стороны, возникает непреодолимое желание самостоятельного проведения предвыборных опросов, содействуя большей степени политизации данной сферы, с другой стороны, в ситуации конкурентных и относительно чистых выборов ключевые опросные организации, увы, иногда оказываются методологически не готовы к получению несмещенных прогнозных оценок [4]. К множеству факторов, вносящих свои искажения в рейтинговые оценки, может относиться и фактор социально приемлемого поведения. Так, неблагоприятный социально-психологический климат в стране, сформировавшийся в результате усиления авторитарных тенденций в течение 2000-х, а также рост скептического отношения к политическим опросам среди населения могут вызывать у респондентов нежелание искренне отвечать на чувствительные политические вопросы, содействуя в конечном счете инфляционному накоплению социально приемлемых искажений в итоговых оценках рейтингов. Именно исследование присутствия фактора социально приемлемого поведения в политических опросах и станет предметом моего нынешнего анализа. К сожалению, несмотря на общую обеспокоенность данной проблемой, отечественными опросными организациями до сих пор не предпринималось сколько-нибудь серьезных попыток исследовать выраженность данного фактора в систематическом ключе [1]. Однако в 2012–2013 гг. при сотрудничестве с ведущими отечественными социологическими организациями автор впервые провел широкомасштабное исследование электоральных рейтингов кандидатов на предмет выраженности фактора социально приемлемого поведения в различных электоральных контекстах. Техническая реализация данной задачи стала возможна благодаря дополнительному включению в предвыборные или поствыборные опросы, так называемых списочных экспериментов (ICT), призванных замерить выраженность фактора социально приемлемого поведения в электоральных рейтингах. Данная техника, предложенная Д. Миллером три десятилетия назад, заключалась в том, чтобы дать респондентам список из четырех или пяти высказываний с просьбой посчитать количество высказываний, с которыми они согласны, и выдать в качестве ответа их общее число (Miller, 1984). При этом одной половине респондентов давали список, допустим, из четырех нейтральных высказываний, не содержащих чувствительного высказывания, а другой – список, содержащий чувствительное высказывание. При правильной разработке вопросника респонденту

⁶ Автор выражает благодарность за возможность проведения экспериментов ВЦИОМу, Левада-Центру, «Демоскопу» (в рамках проекта «Russian Elections Studies»), группе «Открытое мнение». Реализация нескольких экспериментов была бы невозможна без финансовой поддержки Мичиганского университета, а также Европейского университета в Санкт-Петербурге.

должна была гарантироваться почти полная анонимность. Итоговая оценка доли респондентов, согласившихся с чувствительным высказыванием, получалась как разность между средними значениями ответов по двум группам респондентов (т.е. между средним значением подвыборки (без сенситивного вопроса) и средним значением выборки с сенситивным вопросом). Более подробное описание данной методики и ее альтернативных вариантов приводится в моей статье, дающей детальный обзор методологии по исследованию социально приемлемого поведения (Калинин, 2014).

В рамках комплексного исследования по оценке выраженности социально приемлемого поведения были проведены 7 различных списочных экспериментов, причем каждый из них содержал вопросы, касающиеся не только электоральной поддержки кандидатов, но и намерения респондента участвовать в выборах. В ходе опроса респондент получал 4 вопроса: 2 прямых, задававшихся традиционным способом, и 2 экспериментальных (ИСТ), задававшихся согласно описанной выше схеме. Результаты 7 полученных исследований представлены в таблице. Анализ данной таблицы позволяет сделать ряд содержательных выводов в отношении всей совокупности проведенных экспериментов, а также сформулировать оптимальную исследовательскую стратегию в отношении данной проблемы.

Во-первых, если говорить о президентской избирательной кампании 2012 г., то для всех без исключения электоральных рейтингов В. Путина характерно существование статистически значимых расхождений между декларируемой электоральной поддержкой, измеренной с помощью прямого вопроса, и электоральной поддержкой, измеренной с помощью списочного эксперимента (ИСТ). При этом важна не столько значимость, сколько размер выявленного расхождения между двумя показателями, достигающем в среднем 15–20%. Данное наблюдение, на мой взгляд, обосновывает необходимость более углубленного и всестороннего исследования этого феномена в будущем.

Во-вторых, в отличие от президентских электоральных рейтингов рейтинговые оценки, полученные в ходе мэрской избирательной кампании в Химках (2012) и Москве (2013) характеризуются отсутствием статистически значимого влияния социально приемлемого фактора. Так, списочный эксперимент, реализованный для кандидата власти О. Шахова на выборах в Химках, давая в среднем лучшую прогностическую оценку по сравнению с прямым вопросом, все-таки не имеет статистически значимых отличий с прямым вопросом. Похожее наблюдение можно сделать и в отношении московских выборов мэра 2013 г.: реализация двух независимых поствыборных экспериментов в отношении электоральных рейтингов Алексея Навального, проведенных отдельно Левада-Центром и ВЦИОМом, не позволила выявить наличие каких-либо статистически значимых различий между этими двумя показателями. Таким образом, обе исследуемые субнациональные избирательные кампании, характеризующиеся высокой политической конкурентностью и сравнительно чистыми выборами, не страдают присутствием социально приемлемого поведения среди респондентов. К сожалению, в связи с малым числом рассматриваемых случаев и их привязке исключительно к московской географии, данные выводы сложно распространить на большую совокупность субнациональных выборов.

В-третьих, мои исследования в отношении явки избирателей, служащей неотъемлемым компонентом при расчете электоральных рейтингов, говорят о неоднозначном влиянии фактора социально приемлемого поведения на данный показатель. К примеру, если большинство проведенных в ходе президентской кампании 2012 г. экспериментов демонстрирует статистически значимую выраженность социально приемлемого фактора, величина которого достигает в среднем 14–22%, то в отношении местных избирательных кампаний сложно сделать какой-либо однозначный вывод. Это объясняется тем, что полученные результаты Левада-Центра и ВЦИОМа рассогласованы между собой: в отличие от результатов ВЦИОМа эксперимент, реализованный Левада-Центром, демонстрирует получение статистически значимого расхождения между декларируемой и скрытой явкой. Примечательно, что в данном случае по сравнению с прямым вопросом, дающим процент явки 52,6 (1,7), результат списочного эксперимента – 21,5 (6,6) – заключает в своем 95%-ном доверительном интервале процент официальной явки, позволяя судить о лучшей прогностической ценности списочного эксперимента.

Общие выводы моего исследования говорят о существенной выраженности сенситивности в вопросах, касающихся не только электоральной поддержки В. Путина, но и явки в рамках президентской кампании 2012 г. Тем не менее данный вывод не распространяется на электоральные рейтинги, полученные для субнациональных выборов в Химках (2012 г.) и Москве (2013 г.). Одним из основных объяснений этому наблюдению может служить проведение относительно честных и справедливых выборов в субнациональных контекстах, в отличие от федерального, которое может сказываться на желании респондентов давать более искренние ответы. Данное объяснение тем не менее нуждается в дальнейшей эмпирической проверке в рамках иных электоральных контекстов с использованием сложного статистического моделирования.

В заключение хочется выразить надежду, что исследование фактора социально приемлемого поведения в электоральных рейтингах получит большее распространение в будущем. Как следует из моих тезисов, для получения наиболее полной картины происходящего желательно более широкое применение опросных экспериментов в различных электоральных контекстах силами не только национальных полстеров, но и региональных. Дополнительное же включение вопросов, замеряющих эксплицитные и имплицитные установки респондентов по отношению к выборам и опросам, позволило бы в будущем выстроить сложные статистические модели, нацеленные на тестирование различных объяснительных концептов применительно к фактору социально приемлемого поведения электоральным рейтингах как на федеральном, так и на субнациональном уровне.

Таблица 1 Сводная таблица результатов списочных экспериментов для электоральных рейтингов и явки (2012–2013 гг.)

Выборы	Организатор	Дата опроса	Электоральный рейтинг			Показатель явки		
			прямой	ИСТ	зн.	прямой	ИСТ	зн.
Выборы Президента РФ, 4 марта 2012 г, (явка 65,34 [П], 63,60)	Левада-Центр [П]	17–20 февраля, 2012 (посл.)	66,2 (1,8)	49,1 (5,9)	*	65,4 (1,6)	53,8 (5,0)	нз
	Левада-Центр [П]	24–27 февраля, 2012 (пред.)	65,8 (1,8)	45,8 (6,0)	*	68,7 (1,4)	55,0 (5,2)	*
	Левада-Центр [П]	середина марта, 2012 (посл.)	61,1 (1,7)	44,4 (5,4)	*	70,9 (1,3)	53,0 (4,7)	**
	«Демоскоп» [П]	середина марта, 2012 (посл.)	71,2 (1,5)	56,1 (5,5)	*	78,1 (1,1)	56,5 (5,2)	***
Выборы главы гор. округа Химки, 14 октября 2012 г. (явка 29,37 [Ш], 47,61)	«Открытое мнение» [Ш]	Октябрь, 2012 (пред.)	28,23 (2,03)	42,4 (9,7)	нз	73,9 (2,0)	---	---
Выборы мэра Москвы 8 сентября, 2013 г. (явка 32,03% [Н], 27,24)	ВЦИОМ [Н]	Сентябрь, 2013 (посл.)	21,8 (1,3)	16,2 (6,2)	нз	63,4 (1,2)	51,3 (5,7)	нз
	Левада-центр [Н]	Октябрь, 2013 (посл.)	23,4 (1,9)	12,1 (8,7)	нз	52,6 (1,7)	21,5 (6,6)	***

Примечание: В таблице приведены проценты утвердительно ответивших на прямой и экспериментальный вопросы со стандартными ошибками (указаны в скобках). В колонке «Дата опроса» (приведена дата/месяц, а также тип опроса «посл.» – послевыборный или «пред.» – предвыборный). Условные обозначения для официальных/электоральных рейтингов Владимира Путина [П], Олега Шахова [Ш], Алексея Навального [Н]. Столбцы «Зн.» содержат информацию о статистической значимости между прямым и экспериментальным вопросами: «нз» – для статистически незначимой разницы, * – $p < 0,05$, ** – $p < 0,01$, *** – $p < 0,001$ – для соответствующих уровней значимости.

- 1 Искренность респондента в опросной методологии и прогнозирование: на чем зиждется наша вера в слова? Заседание Научного совета ВЦИОМ. – Москва, 13 ноября 2013 г.
- 2 Калинин К.О. Исследование социально приемлемого поведения в России: теория и методология // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – М., 2013 [в печати].
- 3 Калинин К.О. Электоральные рейтинги на фоне Московских выборов // Polit.ru. – Москва, 3 сентября 2013 г.
- 4 Экспертиза опросных исследований электоральных настроений в преддверии выборов мэра. – Москвы 8 сентября 2013 г. Итоговый доклад по проекту (версия 2). Проект «Открытое мнение – Москва–2013»; <http://www.openopinion.ru>. – Москва, 11 февраля 2014 г.
- 5 Miller J. New Survey Technique for Studying Deviant Behavior. PhD thesis. – The George Washington University, 1984.

В.О. Киселев

ДОВЕРИЕ К ВЫБОРАМ КАК ФАКТОР, ОПРЕДЕЛЯЮЩИЙ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЕ ПОВЕДЕНИЕ

КИСЕЛЕВ Вадим Олегович – ассистент Отдела социально-политических исследований ВЦИОМ, аспирант ИС РАН. E-mail: kiselev@wciom.com

Одной из фундаментальных основ любой демократической системы является участие граждан в общественной и политической жизни страны, которое должно охватывать все компоненты политической системы и задавать основные приоритеты общественного развития через запросы различных групп и слоев населения. К числу ключевых механизмов трансляции запросов населения к власти относится институт выборов и референдумов. Выборы – необходимый механизм самоорганизации граждан и форма их волеизъявления. Однако в России по сравнению со многими странами Европы менее выражена гражданская и политическая идентичность, а также заметно ниже уровень общественной и политической активности [5]. К числу причин этого можно отнести низкий уровень доверия граждан России к социальным и политическим институтам. В случае с выборами недоверие может стать причиной как протестного голосования, так и элементарного неучастия в избирательных процедурах, что иллюстрируется результатами панельного исследования электорального поведения россиян [1]. Таким образом, фактор доверия населения к выборам имеет прямое отношение к их результатам, и этот фактор следует учитывать при электоральном прогнозировании. Ниже мы остановимся подробнее на основных рисках, с которыми связан рост недоверия к выборам

По данным Европейского социального обследования (European Social Survey), в РФ доверие к Государственной думе составляет чуть более 2,5 баллов из 10. Сходная картина наблюдается и относительно доверия к правительству, партиям, судам и полиции (около 2,4 баллов, при среднем уровне доверия в 5–6 баллов к вышеперечисленным институтам в других обследованных 19 странах) [2]. Кроме того, согласно данным того же исследования, россияне менее активно участвуют в выборах (61% против 70% в остальной Европе) и реже участвуют в деятельности политических партиях (3% против 5%).

Один из выводов, приведенный в исследовании Института социологии РАН «Доверие, гражданское действие, политика: опыт «старых» и «новых» демократий», указывает на то, что «подобная ситуация позволяет ставить вопрос о процессах деинституционализации и делегитимации политических институтов и даже российского демократического порядка в целом» [4, с. 528]. Вместе с тем, согласно данным многочисленных социологических исследований, в России в начале 2000-х гг. произошли определенные сдвиги в сторону возрождения и активизации политического участия [5].

По данным исследования ВЦИОМ «Электоральные предпочтения россиян» [1], 74% опрошенных допускали возможность различных фальсификаций на прошедших парламентских выборах в 2011 г., причем практически каждый третий категорически заявлял, что результатам выборов не следует доверять (31,3%). Как показал электоральный цикл 2011–2012 гг., тема фальсификаций на выборах и недоверия их результатам весьма активно обсуждалась в СМИ и становилась предметом дискуссий множества оппозиционных деятелей. Так, волна протестных акций прокатилась по стране после парламентских выборов 2011 г., причем одна из основных тем выступлений – «За честные выборы» – по-прежнему актуализируется различными оппозиционерами, хотя уже и не столь активно.

После президентских выборов немногим более четверти опрошенных (28%) полагали, что кампания и выборы прошли в духе демократии при честной борьбе, а половина респондентов полагали, имелись преференции в пользу отдельных участников кампании, что был задействован административный ресурс [1]. Обостренность в общественном сознании тем, связанных с выборами, подтверждает и то, что недовольство результатами и проведением избирательных процедур нашла свое отражение в усилении протестных настроений. Сомнения россиян в правдивости официальных результатов выборов стали весомой основой для делегитимации всей избирательной системы. Это также послужило причиной для протестных выступлений, причем и сами митинги усиливали недоверие к выборам.

Подобные проявления недоверия по-разному локализованы во времени. При общем спаде протестной активности населения, связанной с недоверием к результатам выборов, особенно обостренной во время электорального цикла 2011–2012 гг., общий уровень недоверия к выборам все же не уменьшился. Особенно заметно это стало в преддверии избирательной кампании сентябрьских выборов в 2013 г. Согласно данным исследования, проведенного «Левада-Центром» в июле 2013 г., доля респондентов, уверенных в том, что предстоящие выборы носят лишь имитационный характер, составила 61%. Лишь каждый четвертый опрошенный разделял мнение о том, что на выборах будет происходить реальная борьба за власть, а также в том, что выборы пройдут честно и законно. При этом более половины опрошенных граждан (57%) заявили о своей уверенности в том, что выборы будут «грязными», т.е. на них будут использованы фальсификационные технологии, клевета и давление на избирателей [3].

При снижении доверия происходят определенные сдвиги в отношении населения к действующей власти. Основными последствиями недоверия к институту выборов становятся:

- 1) протестное голосование;
- 2) усиление протестной активности;
- 3) абсентеизм;
- 4) экстернализация, т.е. перенос доверия на другие институты;
- 5) желание контролировать процедуру выборов.

Таким образом, анализ ряда современных исследований позволяет заключить, что в современных условиях уровень доверия к политическим институтам играет решающую роль в электоральных процессах, а недоверие не становится прямой причиной неучастия в политике – оно лишь приводит к модернизации подобных практик в негативном русле.

Литература

- 1 ВЦИОМ. Данные исследования «Электоральные предпочтения россиян в 2011–2012 гг.»; <http://www.wciom.ru/>.
- 2 Европейское социальное обследование // Официальный сайт [Электронный ресурс]; <http://www.europeansocialsurvey.org/>. Институт сравнительных социальных исследований – российский участник проекта [Электронный ресурс]; <http://www.cessi.ru/>.

- 3 Мослакова В. Имитация борьбы // Газета «Новые известия» [Электронный ресурс]; <http://www.newizv.ru/politics/2013-08-05/186728-imitacija-borby.html>.
- 4 Патрушев С.В., Айвазова С.Г., Кертман Г.Л., Клеман К.М., Машезерская Л.Я., Мирясова О.А., Павлова Т.В., Хлопин А.Д., Цыпина Г.А. Доверие, гражданское действие, политика: опыт «старых» и «новых» демократий // ИС РАН. [Электронный ресурс]; http://www.civisbook.ru/files/File/Doverie_gragdanskoe_dejstvie.pdf.
- 5 Uba K. What Leads to Changes in the Levels and Modes of Political Participation in «New» Democracies? Edinburg, 2003.

А.Г. Корнилова

**ПОРТАЛ ГРАЖДАНСКОЙ АКТИВНОСТИ КАК СПОСОБ АРТИКУЛЯЦИИ КРЕАТИВНОСТИ ГОРОЖАН
В ТРАНСФОРМАЦИИ ГОРОДСКОГО ПРОСТРАНСТВА**

КОРНИЛОВА А.Г. – аспирант кафедры менеджмента по направлению 22.00.08 «Социология управления» Волгоградского филиала РАНХиГС. E-mail: anastasia2388@mail.ru

Возрастание роли информации и внедрение информационно-коммуникационных технологий (далее – ИКТ) во все сферы социальной жизни привело к формированию информационного общества. В настоящее время его рассматривают как предметный результат технократических программ информатизации экономики и общества. При этом все большее значение приобретает изучение воздействия Интернет-технологий на социальную структуру общества, которую благодаря широкому развитию Интернета можно охарактеризовать как сетевую.

Известный американский социолог М. Кастельс рассматривает формирующуюся сегодня в глобальном масштабе социальную структуру как сетевое общество, важнейшей чертой которого выступает даже не доминирование информации или знания, а изменение направления их использования, в результате чего главную роль в жизни людей обретают глобальные, сетевые структуры, вытесняющие прежние формы личной и вещной зависимости. Динамизм социальной структуры сетевого общества, его глобальный охват, обусловленный информационными потоками, делает сетевое общество расширяющейся системой, проникающей различными путями и с разной интенсивностью во все общества. Сети, или взаимосвязанные узлы по Кастельсу, не имеют центра, они децентрализуют исполнение и распределяют принятие решения [1].

Функциональное значение сетей проистекает не из их специфических черт, а из их способности к распределению информации. Являясь наиболее подвижными и адаптивными формами организации, чем традиционные иерархические связи, сети способны развиваться вместе со своим окружением и эволюцией узлов, предлагая обществу новые формы социальной организации, выстроенные посредством Интернет-технологий.

Подобная гибкость современного сетевого пространства не могла не отразиться на существенных характеристиках в системе гражданского общества: резко возросла эмансипация личности от государства, сократилось пространство его командного воздействия, произошло энергичное развитие и усложнение горизонтальных социальных связей, сплетение многообразных гражданских институтов и движений в целостную сеть [2]. Интернет стал рассматриваться пространством нового гражданского общества, предлагая абсолютно новые методы и средства коммуникации, открывая неведомые возможности для гражданской активности.

По словам западного исследователя глобализации голландского социолога С. Сассена, Интернет является чрезвычайно важным инструментом и пространством для демократического участия на всех уровнях, для укрепления основ гражданского общества, для формирования нового видения мира посредством политических и гражданских проектов, транснациональных по своему характеру [2].

Э. Тоффлер, Н. Негропonte, Г. Рейнгольд считают, что, Интернет представляет новую инфраструктуру, которая делает возможным функционирование прямой демократии [3]. Гражданская активность населения выступает основой формирования прямой демократии, и в информационную эпоху ее активизация связана с использованием Интернет-технологий как наиболее модернизированных ресурсов интерактивного взаимодействия, превращающих прямую демократию в компьютерную [4]. Гражданская активность населения – это возможность реализации собственных идей и социальное партнерство, проявляющиеся в форме реального диалога, интерактивного общения и двусторонней политической коммуникации в системе «гражданское общество–государство», осуществляемых с помощью Интернета и связанных с ним технологий [4].

Интернет-участие приобретает свойства ресурсного источника гражданской активности населения, способной воздействовать через Интернет-пользователей на внешнее окружение и внутреннее содержание социально-политических институтов. Таким Интернет-средством, иницирующим гражданскую активность населения, является портал гражданской активности. Через подобный Интернет-сервис каждый гражданин может не только высказать мнение по тому или иному вопросу, но и предложить свой способ решения проблемы, одновременно став соучастником социального взаимодействия, возникшего на базе единой общественной потребности. Подобные Интернет-проекты активно появляются в социальной действительности и являются критерием своеобразного социального заказа общества, актуализирующего совместные гражданские инициативы в Интернет-пространстве.

Примерами подобных Интернет-сервисов могут служить федеральный портал «Российская общественная инициатива», созданный по Указу Президента РФ в 2013 г., где каждый житель страны благодаря своей активной гражданской позиции может подать свою Интернет-петицию по волнующим его вопросам, требующим вмешательства органов федеральной, региональной и муниципальной власти (портал «Наш город» в г. Москве и др.).

Особое функциональное значение в последнее время приобрели данные порталы в сфере гражданской урбанистики, изучающей влияние общества на удобство городских пространств. И это вполне объяснимо. В начале XXI века человечество преодолело исторический барьер: теперь в городах живет более половины населения Земли, а к середине этого столетия будет жить 2/3. В России доля городского населения уже составляет около 75%. Происходящие изменения требуют новых подходов к городскому управлению и развитию. Современная урбанистика видит решение проблем территориального развития в городском сообществе, его наиболее активных жителей и их предложениях и идеях. Как справедливо отмечает аргентинский социолог культуры Гарсия Канклин, город является комплексной средой, обладающей лично-смысловым модусом обитания человека [5]. Горожанин не просто живет в ней, он к ней относится, он воспринимает ее на основе личностных диспозиций и интенций. Поэтому к процессам модернизации городской среды должны привлекаться горожане как конечные потребители территории. Принципом вовлечения горожан в управление дела города является креативный метод, с помощью которого происходит активизация творческого потенциала каждого горожанина.

Как считает автор книги «Креативный город» Чарльз Лэндри, основными ресурсами развития города являются люди и их творческие способности, а социальная креативность может служить созданию тех городов, которые более жизнеспособны и комфортны для своих жителей. Чарльз Лэндри отмечает, что большинство людей живет в своих городах без особого удовольствия, и инициация подобных креативных идей от горожан по созданию своего видения развития города может подтолкнуть урбанотерриторию к необходимым изменениям. Также раскрытие креативного потенциала горожанина способствует формированию гражданской активности и идентичности, а порталы как наиболее развитые информационные технологии способствуют большей социальной включенности в процессы городских инноваций.

Примерами подобных порталов гражданской активности, где горожане могут проявить свой креативный потенциал относительно развития городской среды, уже являются десятки сайтов в РФ,

такие как портал «Конструктор нового города Воронежа «Мэр Воронежа», «Новоситизен – идеи по улучшению Новосибирска», «Чего хочет Москва» и др.

Таким образом, информационно-коммуникационные технологии, в частности порталы гражданской активности, применяемые в управлении городской средой, могут служить экономическому успеху городов и повышению социальной удовлетворенности жителей.

Литература

- 1 Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: Пер. с англ. под научн. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ-ВШЭ, 2000 – 608 с.
- 2 Sassen S. On the Internet and Sovereignty // Global Legal Studies Journal, 1998. – P. 545–559.
- 3 Дзялошинский И.М. Гражданские коммуникации и гражданское общество // Эмпирические исследования гражданского общества. Сборник материалов общественных слушаний. – М.: Общественная палата, 2009.
- 4 Даль Р. Проблемы гражданской компетентности; http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/dal/pr_gra.php.
- 5 Канклини Г. Городские культуры в конце века: антропологические перспективы // Международный журнал социальных наук. 1998, т. 6, № 20.
- 6 Лэндри Ч. Креативный город / Пер. с англ. – 400 с.

Б.А. Никитина

ЛОГИЧЕСКИЕ ИНВЕРСИИ В РЕГИОНАЛЬНОМ СОЦИАЛЬНОМ ПРОГРАММИРОВАНИИ: ФЕНОМЕНОЛОГИЯ, ПРИЧИНЫ И СЛЕДСТВИЯ

НИКИТИНА Бэла Анатольевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии социальной сферы и демографии СамГУ. E-mail: belanik@yandex.ru

Внимание к государственному и региональному программированию в современной России растет в связи с острой социальной потребностью в повышении эффективности деятельности, осуществляемой на бюджетные средства. Для решения этой задачи в частности было принято Постановление Правительства РФ от 02.08.2010 № 588 «Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Российской Федерации» [1]. Для реализации данного постановления Министерством экономического развития были разработаны «Методические указания по разработке и реализации государственных программ Российской Федерации» [1], в которых определены ключевые термины государственного программирования. Данные «Методические указания» имеют целый ряд логических недочетов. Определения государственной программы в этом документе не представлено, есть лишь определение подпрограммы, хотя в дальнейшем государственная программа упоминается как нечто, аналогичное подпрограмме, которая упоминается рядом в скобках. Цель определяется в этом документе как «планируемый конечный результат решения проблемы социально-экономического развития... посредством реализации государственной программы (подпрограммы), достижимый за период ее реализации», хотя логично было бы назвать целью указание на решение государства решить ту или иную проблему. Хуже обстоят дела с определением того, что есть задача и мероприятие программы. Задача рассматривается как «результат выполнения совокупности взаимосвязанных мероприятий или осуществления государственных функций, направленных на достижение цели (целей) реализации государственной программы (подпрограммы)», а мероприятие как «совокупность взаимосвязанных действий, направленных на решение соответствующей задачи». Отсутствие логики прослеживается здесь дважды:

- при определении понятия «задача» если мероприятия будут в целом направлены на достижение целей, но не достаточны для этого, результат их выполнения каким бы он ни был будет рассматриваться как задача;
- при определении понятия «мероприятия» если действия будут направлены на решение не одной задачи, а нескольких, они не попадают под определение мероприятия, так же как действия, которые направлены на решение не задачи в целом, а какой-либо ее части, не будут приводить к желаемому результату.

При этом конечный результат программы интерпретируется как «характеризуемое количественными и/или качественными показателями состояние... социально-экономического развития РФ... которое отражает выгоды от реализации государственной программы (подпрограммы)». Гораздо проще было бы определить результат как степень достижения желаемой ситуации, показателем (индикатором) чего являлись бы количественные характеристики. Однако именно описанию проблемы и, особенно, желаемой ситуации в осязаемых чертах в программах социального развития уделяется минимальное внимание.

Недостаточно глубокая проработка механизма программирования в подобного рода документе является одним из важных причин фиаско государства в сфере реализации программно-целевого метода бюджетирования. Однако гораздо более грамотный документ, принятый этим же Министерством для реализации принципа бюджетирования – «Методические рекомендации по подготовке Докладов о результатах и основных направлениях деятельности субъектов бюджетного планирования» [2] – также не стал основанием для формирования более грамотных и логичных документов регионального программирования. Негативный опыт формирования ДРОНДов субъектами федерации и их ведомствами сегодня уже достаточно серьезно проанализирован юристами и специалистами по государственному и муниципальному управлению, однако эта ситуация до сих пор не получила углубленной социологической рефлексии.

В рамках исследования «Инновационный потенциал публичной социологии в сфере формирования и реализации региональных социальных программ», проведенного кафедрой социологии социальной сферы и демографии СамГУ в 2012–2013 гг., были изучены три региональные программы, в текстах которых были выявлены нарушения принципов необходимости и достаточности формирования целей и задач этих программ, а также неадекватности индикаторов заявленным целям и задачам, а также масштабу финансовых средств, выделенных на то или иное мероприятие.

Подобный характер программ сам по себе является весьма интересным социологическим фактом, который до сего дня не проанализирован в полной мере социологами. Причины низкого качества региональных программ могут быть как внутренними, так и внешними. Под внутренними причинами будем понимать слабую квалификацию сотрудников органов власти (неумение) и лоббирование частных интересов при формировании и реализации программ. Внешние причины могут состоять в наличии неявных условий, выдвигаемых государством, относительно некоторых конкретных деталей программ, а также в случае слабого содержательного общественного и государственного контроля над текущей и итоговой эффективностью их реализации. Отследить эту эффективность очень часто сложно как в связи с постоянными изменениями самих программ, диктуемыми сверху, так и в связи с отсутствием четких релевантных показателей итоговых и промежуточных результатов программ. Сказывается и низкий уровень гражданской политической культуры, вызывающей, по мнению Г. Вербы и С. Алмонда, более высокий уровень ответственности чиновников.

Литература

1. Постановление Правительства РФ от 2 августа 2010 г. № 588 «Об утверждении Порядка разработки, реализации и оценки эффективности государственных программ Российской Федерации»; <http://www.gosprogrammy.gov.ru/Main/Start/Documents>.

- 2 Методические рекомендации по подготовке Докладов о результатах и основных направлениях деятельности субъектов бюджетного планирования. Российская газеты-Бизнес № 646, 2 июня 2004.
- 3 Публичная социология в региональной системе управления социальной сферой / Под ред. Щукиной Н.П. (в соавт.). – Самара: Изд-во Самарского университета, 2013. – 256 с.

Н.А. Овчар
СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ И МЕНЕДЖМЕНТ:
ОСОБЕННОСТИ ПРЕДМЕТОВ ПОЗНАНИЯ И ПРАКТИЧЕСКОГО ПРИМЕНЕНИЯ

ОВЧАР Надежда Андреевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры «История, культура и социология» Волгоградского государственного технического университета. E-mail: onadine@mail.ru

В современной социологии насчитывается множество отраслей социологического знания. Это обусловлено разнообразием сфер социальной жизни людей, интересами исследователей, проблемами, порождаемыми взаимодействиями между людьми. В 1990-е гг. в российской социологии стали появляться такие отрасли, как социология предпринимательства, социология рекламы, экономическая социология и, в частности, социология управления. Наряду с этим в качестве самостоятельных областей знания обозначились менеджмент, маркетинг, реклама и ряд других. В связи с явным созвучием дисциплин возникает вопрос о разграничении областей познания между науками и выделении того предметного и проблемного поля, который охватывает каждая из них. Мы остановимся на менеджменте и социологии управления.

Определяя менеджмент как науку управления, А.В. Тихонов отмечает, что управление – «это особая целенаправленная деятельность, разложенная на этапы, это технология принятия различного рода решений и их выполнения» [1, с. 38]. В менеджменте происходит накопление практики управления, анализ которой позволяет выделить наиболее эффективные способы и методы управления, разработать и апробировать технологии управленческого воздействия, которые будут приносить желаемые результаты.

Однако А.В. Тихонов, определяя социологию управления как отрасль социологического знания, в качестве ее объекта тоже выделяет управленческую практику [1, с. 230]. Хотя следует понимать, что управление даже в практическом смысле, сквозь призму социологии, выглядит несколько иначе и трактуется значительно шире, чем просто профессиональная деятельность, которую можно технологизировать, оптимизировав расходование различных видов ресурсов при максимизации прибыли от этой деятельности.

Так, Е.М. Бабосов предлагает обозначить предметную область социологии управления как изучение процессов управления в различных типах общностей, организаций, институтов и общества в целом, осуществляемых для сохранения и обеспечения устойчивости развития соответствующей системы [2, с. 10].

Таким образом, следует понимать, что управление в рамках менеджмента не рассматривается как социальное явление, оно скорее сводится к субъект-объектным отношениям, и в контексте социального управления представляет отношения между руководителем и его подчиненными. Менеджмент при этом, исследуя особенности отдельных конкретных организаций и реализацию в них управленческих функций и задач, устанавливает ограничения в познании, фактически пытаясь объяснить управленческие проблемы через неэффективное управление и решить эти проблемы через использование иных, более совершенных и эффективных методов управления.

Социология управления, не будучи ограничена в своем познании только управлением и ориентируясь на системный подход, может представить причины различной природы как источник управленческих проблем – культурные, религиозные, психологические и др. Решение проблем управления в этом случае может заключаться не в непосредственном субъект-объектном воздействии,

а в косвенном регулировании с помощью социальных действий или взаимодействий, которые могут не носить управленческий характер. Не следует также забывать, что социология управления как отрасль научного социологического знания в первую очередь реализует познавательную функцию, обеспечивающую прирост теоретического знания об управлении как о социальном феномене, о закономерностях управленческих процессов, механизмах реализации целей и поддержания устойчивости социальных связей и отношений.

Такая академичность дисциплины «Социология управления» обеспечивает применение социологических методов исследования, анализ эмпирических данных. Интерпретация результатов конкретных социологических исследований осуществляется на основе сложившихся научных подходов и теорий, но при этом может не ограничиваться ими, что способствует появлению новых теорий [3].

В свете вышесказанного следует понимать, что социология управления, имея более широкие научно-познавательные задачи и более широкий арсенал методов познания, как общенаучных, так и непосредственно социологических, расширительно трактуя управление как объект своего познания, выступает как сфера научного знания. Менеджмент, в свою очередь, являясь сферой профессиональной деятельности и решая узкие вопросы эффективности руководства, безусловно, может обращаться к научному знанию, накопленному социологией управления, считая эту отрасль не только академичной, но и практически применимой.

Литература

- 1 Тихонов А.В. Социология управления. – М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2007. – 472 с.
- 2 Бабосов, Е. М. Социология управления. – Мн.: ТетраСистемс, 2000. – 288 с.
- 3 Романов, П. В. Социология менеджмента и организаций. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2004. – 288 с.

А.К. Соловьев, М.А. Коржов, А.М. Курманов АКТУАРНЫЙ ПРОГНОЗ РАЗВИТИЯ ПЕНСИОННОЙ СИСТЕМЫ РОССИИ

СОЛОВЬЕВ Аркадий Константинович – начальник Департамента актуарных расчетов и стратегического планирования Пенсионного фонда РФ, доктор экономических наук, профессор, заслуженный экономист РФ. E-mail: sol26@100.pfr.ru

КОРЖОВ Максим Андреевич – ведущий научный сотрудник Центра прикладных актуарных исследований НИУ ВШЭ, кандидат экономических наук, доцент. E-mail: 2612@100.pfr.ru

КУРМАНОВ Алмас Мухаметкаримович – президент АО «Государственный фонд социального страхования», кандидат экономических наук. E-mail: 2644@100.pfr.ru

Перестройка пенсионной системы России с ориентацией на страховые принципы должна рассматриваться как долгосрочная целевая программа государства. Программным документом этой перестройки является Стратегия долгосрочного развития пенсионной системы РФ.

Пенсионная реформа 2002 г. заложила основы страховых принципов развития пенсионной системы Российской Федерации:

- эквивалентность пенсионных обязательств пенсионным правам застрахованных лиц;
- государственная гарантия минимального уровня пенсионного обеспечения всех категорий пенсионеров;
- финансовая самостоятельность и долгосрочная сбалансированность бюджета ПФР.

Реформа восстановила страховой порядок формирования пенсионных прав застрахованных лиц, начиная с повышения тарифа страховых взносов, который становится финансовой основой их полноценной реализации, и заканчивая сокращением социально не обоснованных льгот отдельным категориям работодателей по пенсионным отчислениям, которые ущемляют пенсионные права их работников.

Дополнительные проблемы реализации страховых принципов в пенсионной системе как нашей страны, так и всех зарубежных пенсионных систем возникли под влиянием глобального финансового кризиса. При этом не следует забывать, что исходным катализатором реформирования пенсионного обеспечения для всех стран с высоким уровнем государственных социальных гарантий послужил глобальный демографический кризис, который достигнет своего апогея, по последним прогнозам, к середине XXI столетия.

Наиболее значимыми для социально-экономического развития страны последствиями глобального демографического кризиса являются существенное повышение продолжительности жизни на фоне относительного сокращения рождаемости. Все это ведет к быстрому старению населения страны и увеличению доли нетрудоспособного населения – пенсионеров. В экономическом плане демографический кризис становится все более весомым бременем в государственном бюджете, поскольку сокращающаяся численность трудоспособного населения не может финансово обеспечить реализацию накопленных пенсионных прав предшествующего поколения.

До начала финансового кризиса главным рецептом против роста пенсионной нагрузки на государственный бюджет предлагалась накопительная модель обязательного пенсионного страхования. Однако ее эффективность напрямую зависит от устойчивости экономического развития страны в целом и финансового рынка в частности.

Глобальный финансовый кризис окончательно разведал миф об универсальности накопительного механизма формирования пенсионных прав застрахованных лиц и неэффективности солидарно-распределительного пенсионного механизма.

Очевидно, что оптимальное решение находится как всегда между двумя альтернативными вариантами. При этом степень оптимальности в условиях страховой пенсионной системы должна измеряться не социально-политическими мотивами, а исключительно финансовыми категориями, которые, как показывает практика развитых стран, обеспечиваются в результате актуарных расчетов.

Для обоснования оптимизационного варианта развития пенсионной системы в условиях взаимного противодействия глобального демографического и финансового кризиса выполнены долгосрочные актуарные расчеты исходя из безусловного требования реализации всех базовых страховых принципов.

Актуарные расчеты показывают, что реализация страховых принципов пенсионного обеспечения в РФ может быть достигнута внедрением комплекса оптимизационных мер:

- 1 формирование актуарно-сбалансированной тарифной политики;
- 2 повышение эффективности обязательных пенсионных накоплений с опережающим развитием различных форм добровольных накопительных пенсий;
- 3 актуарная оптимизация пенсионной формулы исчисления пенсионных прав;
- 4 реформирование системы досрочных и льготных пенсий;
- 5 актуарное обоснование продолжительности трудового стажа и пенсионного возраста.

Для этого в течение переходного периода пенсионная система, невзирая на политическую конъюнктуру, должна полностью и окончательно освободить распределительную пенсионную систему от всех нестраховых составляющих, в частности от многочисленных категорий досрочных и льготных трудовых пенсий, и создать для финансово-автономный экономический механизм пенсионного обеспечения на весь период реализации законодательно установленных льгот и привилегий вплоть до наступления общеустановленных требований по возрасту и стажу.

Актурно обоснованный комплекс мер уже в первые годы их осуществления позволит реализовать основные страховые принципы в деятельности ПФР, что в конечном итоге создаст объективные условия для поддержания долгосрочной финансовой устойчивости при условии одновременной реализации мер по улучшению макроэкономической и демографической ситуации в стране.

Т.С. Сорокина-Зенько
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР В ПРОГНОЗАХ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

СОРОКИНА-ЗЕНЬКО Татьяна Сергеевна – аспирант кафедры социологии и гуманитарных наук международного университета «Дубна». E-mail: oranta2009@yandex.ru

Прогнозирование будущего состояния общества – одна из ключевых функций социологии. Заслуженная похвала для ученого-социолога должна основываться на всестороннем анализе предложенной им концепции и совпадении ее с социальной реальностью. В этом отношении можно и нужно по-новому оценить труды Александра Александровича Зиновьева, посвященные проблеме влияния ключевых особенностей менталитета конкретных народов на исторический путь их становления и развития.

В современном мировом социально-экономическом кризисе, который затрагивает все страны мира, можно наблюдать сбывшиеся прогнозы Зиновьева, основанные на наблюдениях за жизнью западного общества во времена, когда казалось, ничего не предвещает нынешней экономической ситуации в мире. Зиновьев утверждает и доказывает неизбежность данного мирового процесса, в «движении к глобальному обществу как жизненной необходимости для западных стран» [1, с. 393].

Заостряя вопрос о возможности планировать историю через прогнозы социологов, отметим, что Зиновьев утверждал: разница в развитии обществ определяется конкретным человеческим материалом – людьми, составляющими большинство в составе конкретного общества. Люди – биологические существа, которые живут ограниченное время, умирают, и на их место приходят другие. Со временем возникает новый вид и более высокий уровень человеческого материала, для обозначения которого Зиновьев употребляет слово «народ» как социобиологическое объединение. Под воздействием длительного сосуществования в человеческом сообществе образуются некая единая человеческая масса и среда, происходит формирование характера конкретного народа уже как целого [2, с. 56–65].

Для определения характера народа Зиновьев предложил разделить признаки народа на две группы. К первой он отнес признаки, характеризующие народ именно как множество людей. «Для этого люди разделяются на различные категории – возрастные, половые, этнические, по роду занятий, далее величины и пропорции этих категорий подсчитываются. Ко второй группе относятся признаки, характеризующие народ как целое. При этом народ рассматривается по тем же признакам, что и отдельные люди, с точки зрения интеллекта, творческих потенциалов, смелости, предприимчивости, жестокости, доброты, склонности к панике и предательству и других социально значимых признаков» [2, с. 58]. При этом характер народа включает комплекс признаков, распределенных между различными представителями народа в разных комбинациях, пропорциях и величинах» [2, с. 56–65].

По мнению Зиновьева, в ряду причин роста государственности в России, а также того факта, что коммунистический строй имел успех в России, значительное место занимают качественные характеристики русского народа. «Вследствие его слабой способности к самоорганизации и самодисциплине, склонности к коллективизму, покорности перед высшей властью, способности легко поддаваться влиянию всякого рода демагогов и проходимцев, склонности смотреть на жизненные блага как на дар судьбы или свыше, а не как на результат собственных усилий, творчества, инициативы, риска» [3, с. 207–208]. В то же время благодаря русскому характеру были освоены огромные территории, выиграны мировые войны с объединенной Европой, созданы литература и

музыка, научные и технические достижения мирового масштаба и не только в советский период истории России. «Коммунизм» не только «усилил отрицательные качества русского народа, но и в значительной мере одновременно придал им конструктивный смысл. Русский народ смог сохраниться как народ исторический лишь в качестве народа коммунистического» [3, с. 207–208]. В 1990-е гг. люди оказались предоставлены сами себе и влиянию развращающей пропаганды, что с учетом негативных качеств менталитета и стало одной из важнейших причин краха коммунистического социального строя в России [3].

Прогнозирование развития общества, по мнению В. Парето, «строится на синтезе разнообразных элементов» [4, с. 187]. Одним из элементов прогноза развития событий мог бы стать сравнительный анализ человеческого материала, живущего в России с человеческим материалом Запада. Посмотрим, какие свойства западных людей в качестве характерных, выделял Зиновьев: «практицизм, расчетливость, способность к конкуренции, способность рисковать, склонность к индивидуализму, повышенное чувство собственного достоинства, склонность к публичности и театральности, чувство превосходства над другими народами, склонность управлять другими, более сильная, чем у других народов, способность к самодисциплине и самоорганизации» [1, с. 69]. Именно эти качества позволили создать западную цивилизацию, это их уникальное и неповторимое достижение. Другие народы создавали цивилизации иного типа, которые соответствовали их характеру и историческим обстоятельствам, эти цивилизации не лучше и не хуже западной, они другие.

Для подтверждения теории А.А. Зиновьева обратимся к прикладной социологии.

В апреле 2013 г. Фонд «Общественное мнение» опубликовал результаты социологического опроса. «На вопрос, какое право для них самое важное, 71% россиян однозначно ответили: право на бесплатную медицинскую помощь. Также востребованы право на справедливую оплату труда, бесплатное образование и справедливый суд – все они важны более чем для половины населения страны. Личная свобода важна 51% россиян, свобода передвижения – 33%, свобода слова и совести – 14% и 11% соответственно. Право на участие в управлении государством ценят всего 3% россиян» [5, с. 7].

В январе 2012 г. Левада-Центр обнародовал результаты исследования о предпринимательском потенциале российского общества в сравнении с европейским и американским обществами. Данные исследования полностью подтверждают наличие особенностей человеческого материала в разных странах. «Среди россиян индексы восприятия риска ниже, чем среди жителей Западной Европы и среди американцев. В России относительно низок индекс готовности идти против мнения других, отстаивая свою точку зрения. Если россияне и склонны что-либо менять, то скорее не в явной, открытой форме, а по возможности уклоняясь от противостояния мнению других и конкуренции. В сравнении с представителями большинства европейских стран и американцами, россияне не стремятся находиться (и чувствуют себя некомфортно) в соревновательной среде, они больше склонны к конформизму» [6, с. 75–99].

В результате опыта многолетних социальных замеров специалисты Института социологии РАН в работе «20 лет реформ глазами россиян», сделали обобщающий вывод, что «реформы 90-х, по мнению россиян, привели к ухудшению положения дел буквально во всех сферах жизни общества и страны» [7, с. 291]. Новые возможности для самореализации, профессионального и карьерного роста, занятия предпринимательством, участие в общественно-политической деятельности, «по мнению большинства респондентов, освоить смог сравнительно узкий круг людей, в то время как для многих россиян они остались либо труднодостижимыми, либо даже сократились» [7, с. 292].

Завершая нашу тему, приведем мнение авторитетного социолога, специалиста Левада-Центр А.Г. Левинсона: «Нынешнее общественное мнение нашей страны темного цвета, великое разочарование в идеалах демократии и рынка пришли на смену эпохе СССР» [8, с. 15]. Есть ли у такого общества перспектива? Есть, как у любого другого. Но для этого нужно, чтобы устремления в руководстве жизнью общества соответствовали человеческому материалу данного общества.

Литература

- 1 Зиновьев А.А. Запад. – М: Астрель, 2008. – 511 с.
- 2 Зиновьев А.А. Логическая социология. – М.: МГУ, 2003. – 395 с.
- 3 Зиновьев А.А. Планируемая история. – М: АСТ, 2009. – 542 с.
- 4 Парето В. Трансформация демократии. – М: ИД «Территория будущего», 2011. – 206 с.
- 5 ФОМ: настроения// Огонек. М. 2013. № 13. 30 с.
- 6 Бондаренко Н., Красильникова М. Инновационный и предпринимательский потенциал общества// Вестник общественного мнения. 2012. № 1. 120 с.
- 7 Аналитический доклад «20 лет реформ глазами россиян». – М: Институт социологии РАН. 2011. – 304 с.
- 8 Левинсон А.Г. Портрет нации// Вести Дубны. Дубна. 2011. № 41. 16 с.

А.Н. Тимохович
ФОРСАЙТ-ИССЛЕДОВАНИЕ ПРИОРИТЕТОВ
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

ТИМОХОВИЧ Александра Николаевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью ГУУ. E-mail: 3178720@list.ru

Современное общество динамично. Социальные процессы и явления, наблюдающиеся в современной России, являются одновременно результатом динамики и источником последующих трансформаций.

Россия, так же как и любое другое государство, на пути своего развития сталкивается с многочисленными вызовами и угрозами своей стабильности. Некоторые вызовы и угрозы являются следствием интеграционных процессов, другие – порождаются особенностями исторического прошлого России, а также национальной спецификой.

Проблемы минимизации возможных угроз, своевременного решения внутренних и внешних проблемных ситуаций порождают потребность в изучении и прогнозировании будущего России.

Прогнозные методики обычно включают комбинированные количественные и качественные методы сбора социальной информации.

Остановимся на основных этапах и кратких результатах исследования, проводимого в рамках НИР ГУУ, по теме «Теоретико-методологические основы проектирования приоритетов социально-экономического развития России».

Цели исследования – выявить угрозы и определить значимые приоритеты развития России до 2040 г.

Задачи исследования: составить инструментарий для проведения содержательного анализа материалов информационных источников; проанализировать методы исследований, с помощью которых можно достигнуть поставленную цель; разработать адаптированную методику проведения исследования; сформировать базу экспертов; провести исследование в соответствии с разработанной методикой и в соответствии с заявленными этапами; сравнить и проанализировать различные взгляды экспертов на понимание угроз и приоритетов социально-экономического развития России.

В исследовании было 4 этапа.

На первом этапе были проанализированы формализованные методы, которые могут быть использованы для прогнозирования комплексного развития регионов.

В результате первого этапа было выработано решение о проведении исследования по методологии форсайт-проектов.

На втором этапе исследования был сформирован перечень предварительных экспертов, в него вошли известные представители интеллектуальной элиты России: представители бизнеса, властных структур, научного сообщества и общественные деятели (по несколько представителей каждого сегмента), обладающие достаточной компетентностью в изучаемой области. Экспертам было

предложено перечислить основные проблемы, с которыми сталкивается Россия на пути своего развития, а также дать краткие, но аргументированные пояснения обозначенных проблем.

В ответах экспертов были выявлены следующие повторяющиеся проблемы: дефицит трудовых ресурсов, дефицит качественного образования, дефицит энергоресурсов, неэффективная налоговая политика, низкое качество жизни населения, недостаточная ориентация экономической политики на общественные интересы, недостаточный качественный уровень государственно-политического управления, загрязнение окружающей среды. С точки зрения экспертов первого уровня вышеперечисленные проблемы угрожают стабильности и возможности России к развитию в целом.

На третьем этапе исследования расширенному списку экспертов было предложено описать возможные сценарии будущего России по выявленным на предыдущем уровне исследования проблемам, иными словами, предложить конкретные решения обозначенных проблем. Также эксперты имели возможность добавить в список те проблемы, которые по каким-либо причинам эксперты первого уровня не назвали.

Эксперты-респонденты могли рекомендовать до пяти своих коллег, которые с их точки зрения, могут выступать в качестве экспертов, способных предложить неординарные сценарии развития будущего России по вышеперечисленным направлениям (проблемам).

Итак, эксперты второго уровня предложили следующие сценарии решения обозначенных проблем.

Проблема дефицита трудовых ресурсов может быть решена за счет смягчения миграционного законодательства, путем стимулирования рождаемости, использования рентного дохода для проведения активной демографической политики, стимулирования социальной мобильности и активности населения.

Проблема дефицита качественного образования может быть решена посредством использования рентного дохода для проведения реформ в образовании, формирования ведущих научных школ, за счет реформирования системы образования путем усовершенствования образовательных программ и стандартов, большей ориентации на потребности рынка труда, четкого определения границ обязательств государства в области образования на разных его уровнях.

Для решения проблемы дефицита энергоресурсов экспертами были предложены следующие траектории: привлечение инвестиций в энергосектор, выполнение международных обязательств в сфере ядерной энергетики, развитие кооперации в сфере электроэнергетики, усиление роли государства в качестве стратегического инвестора в части финансирования ключевых объектов энергетического строительства.

Проблема неэффективной налоговой политики, по мнению экспертов, может быть решена путем сохранения жесткой налоговой и бюджетной дисциплины, снижения налогового бремени для частного бизнеса в обмен на рост оплаты труда, увеличения налога на собственность, возвращения к дифференцированной ставке подоходного налога.

Проблема низкого качества жизни населения может быть оптимизирована за счет продолжения реализации приоритетных национальных проектов, за счет дальнейшего и значительного повышения заработной платы, пенсий и стипендий, за счет развития институтов ипотечного жилищного кредитования, пересмотра механизмов предоставления социальной помощи.

Недостаточная ориентация экономической политики на общественные интересы может быть изменена путем стимулирования увеличения текущих расходов на отечественную продукцию, развития конкуренции во всех областях экономики, создания условий, стимулирующих субъекты РФ и муниципальные образования к мобилизации доступных им ресурсов экономического роста, предоставления длинных кредитов.

Проблема низкого уровня государственно-политического управления может быть решена путем развития демократических механизмов формирования власти на основе реального конкурентного процесса, за счет поддержки институтов гражданского общества, сохранения за Россией ее территории, проведения более сбалансированной внешней политики.

Загрязнение окружающей среды (угроза экологической безопасности) как проблема требует формирования законодательной, нормативно-правовой базы в сфере природопользования и экологии, использования поощрительных форм для стимулирования экологической активности бизнес-сообщества, создания механизмов оценки экономической эффективности, связанной с повышением экологического качества промышленного продукта.

В качестве дополнительных актуальных проблем, которые не были названы экспертами первого уровня, указывались рост социальной дифференциации, отсутствие сбалансированности во внешнеполитической деятельности и коррумпированность власти. Однако конкретных сценариев решения таких проблем ни одним экспертом не предложено. Многие эксперты говорили о том, что проблема коррумпированности власти традиционна для России, для менталитета русских людей и искоренить ее практически невозможно.

На четвертом этапе исследования перед экспертами была поставлена непростая задача: оценить значимость и решаемость выявленных проблем (по 5-балльной шкале), а также путей их решения.

Результаты заключительного этапа исследования в сжатом виде выглядят следующим образом. Наиболее значимой проблемой, с точки зрения отрицательных последствий для России, представители всех групп экспертов назвали коррумпированность власти (средний балл – 4,67). Наименее значимая проблема – «дефицит энергоресурсов» (средний балл – 3,2). Проблема, для решения которой имеется максимальное количество необходимых ресурсов, – это отсутствие сбалансированности во внешнеполитической деятельности (средний балл – 4,14). Проблема, для решения которой необходимые ресурсы практически отсутствуют, – коррумпированность власти.

Итак, наиболее острой проблемой с точки зрения значимости ее решения для дальнейшего развития страны, а также с точки зрения отсутствия ресурсов является коррумпированность власти.

Полученные выводы будут конкретизированы в рамках исследования следующего уровня.

И.С. Шушпанова

РОССИЙСКОЕ ГРАЖДАНСКОЕ ОБЩЕСТВО О ГОСУДАРСТВЕ: ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

ШУШПАНОВА Ирина Сергеевна – кандидат социологических наук, доцент, старший научный сотрудник Центра стратегических социальных и социально-политических исследований ИСПИ РАН. E-mail: i.s.shushpanova@mail.ru

Характер развития гражданского общества определяется социально-политическими взаимоотношениями с государством. Существуют различные точки зрения на отношения между гражданским обществом и государством: партнерство, вражда, доминирование одного над другим. Данные взаимоотношения во многом складываются под воздействием политики, проводимой государственными органами, влияют и формируют массовое сознание граждан и их гражданскую позицию.

Далее приводятся результаты мониторинга, проводимого Центром стратегических социальных и социально-политических исследований ИСПИ РАН, в котором автор принимал участие⁷. По данным декабрьского опроса, большая часть российских граждан считали, что политическую систему страны необходимо изменить радикально (25%) или устранить многие недостатки реформами (46%). Только 14% граждан полностью устраивала политическая система российского общества, а затруднились ответить 15%. Анализируя динамические характеристики, отметим, что отношения граждан к

⁷ В тексте представлены результаты исследования «Развитие гражданского общества и институтов демократии в России: социологический мониторинг» (проект РГНФ № 14-03-00321), проведенного Центром стратегических социальных и социально-политических исследований ИСПИ РАН.

политической системе российского общества носят изменчивый, непостоянный характер. Тем не менее можно выделить некоторые краткосрочные тенденции. Начиная с ноября 2011 г. количество «радикалистов» постепенно убывало с 34 до 25%. В то же время число «реформаторов» за данный период немного возросло – с 41 до 46%. Количество «консерваторов» существенно не изменилось.

Уровень доверия россиян к политическим и социальным институтам и структурам формирует самосознание и позицию граждан в отношении государства и институтов гражданского общества. В целом динамика, характер и структура отношений респондентов к ним существенных изменений не претерпели. В декабре 2013 г. структура доверия государственным политическим институтам в порядке убывания выглядела следующим образом: Президент РФ (52%), армия (51%), Правительство РФ (38%), Совет Безопасности (35%), администрация Президента РФ (30%), руководители регионов (27%), Совет Федерации (25%), милиция, Государственная Дума (18%), суд, прокуратура (16%).

Среди институтов гражданского общества у граждан наибольшим доверием пользовались церковь (51%), общественные организации (28%), СМИ (26%), профсоюзы (22%), Общественная палата (22%), партии и политические движения (16%), банковские, предпринимательские круги (15%). Отметим, что за весь период наблюдений максимального значения доверия граждан достигли государственные органы: Совет Федерации, Совет безопасности, армия.

По сравнению с апрелем 2012 г., через 1,5 года после президентских выборов возросло количество граждан, доверяющих Совету Федерации (с 24 до 30%). За данный период снизилось число россиян, доверяющих партиям и политическим движениям (с 22 до 16%), а также общественным организациям (с 32 до 28%). Усредняя данные, отметим, что граждане больше доверяют государственным структурам, а не институтам гражданского общества (32 против 26%).

Рейтинг недоверия, с некоторыми исключениями, отразил вышеуказанные тенденции. По данным мониторинга, в декабре 2013 г. по наибольшим значениям недоверия лидировали милиция, суд, прокуратура (61%), Государственная Дума (50%), банковские и предпринимательские круги (53%), партии и политические движения (50%). По сравнению с апрелем 2012 г. усилилось недоверие к руководителям регионов – с 32 до 42%. Уровень недоверия снизился к милиции, суду и прокуратуре – с 74 до 61%, к СМИ – с 53 до 47%, к банковским и предпринимательским кругам – с 61 до 54%.

При анализе рейтинг политиков, данные мониторинга показали, что В. Путин является главным политическим лидером страны, способным вывести Россию из кризиса (40%). За полгода его рейтинг как антикризисного лидера вырос на 4 процентных пункта (п.п.). Около четверти респондентов не отдают предпочтения никому из политиков (26%). Снижение числа таких респондентов составило 6 п.п. Далее с существенным отрывом следует С. Шойгу (21%), Д. Медведев (9%), С. Собянин (9%), Г. Зюганов (8%), В. Жириновский (7%), М. Прохоров (7%), А. Лукашенко (6%). По 4% набрали патриарх Кирилл, А. Кудрин, А. Навальный. Отметим, что с апреля 2012 г. снизились рейтинги Д. Медведева на 5 п.п. (с 14 до 9%), Г. Зюганова – на 4 п.п. (с 12 до 8%), М. Прохорова – на 8 п.п. (с 15 до 7%). Число граждан, поддерживающих С. Собянина, за данный период выросло на 6 п.п. (с 3 до 9%).

Доверие В. Путину как антикризисному лидеру в 4 раза выше, чем Д. Медведеву (40% против 9%). С ноября 2008 г. рейтинг Д. Медведева начал резко падать – с 36 до 9%. За то же время доверие В. Путину также слабело, плавно снижаясь с 58 до 40%.

По данным исследования, граждане оценивают деятельность В.В. Путина и Д.А. Медведева по 10-балльной шкале в 6,2 балла и 5,11 баллов соответственно (см. рис. 1). В оценках данных политиков наблюдалась статистически значимая разница. Тем не менее оценка их деятельности на государственных постах остается относительно стабильной. С конца 2012 г. оценка деятельности В.В. Путина на посту Президента России выросла с 5,76 баллов до 6,2 балла. Немного меньше повысил свои позиции Д.А. Медведев на посту председателя Правительства с 4,89 до 5,11 баллов.

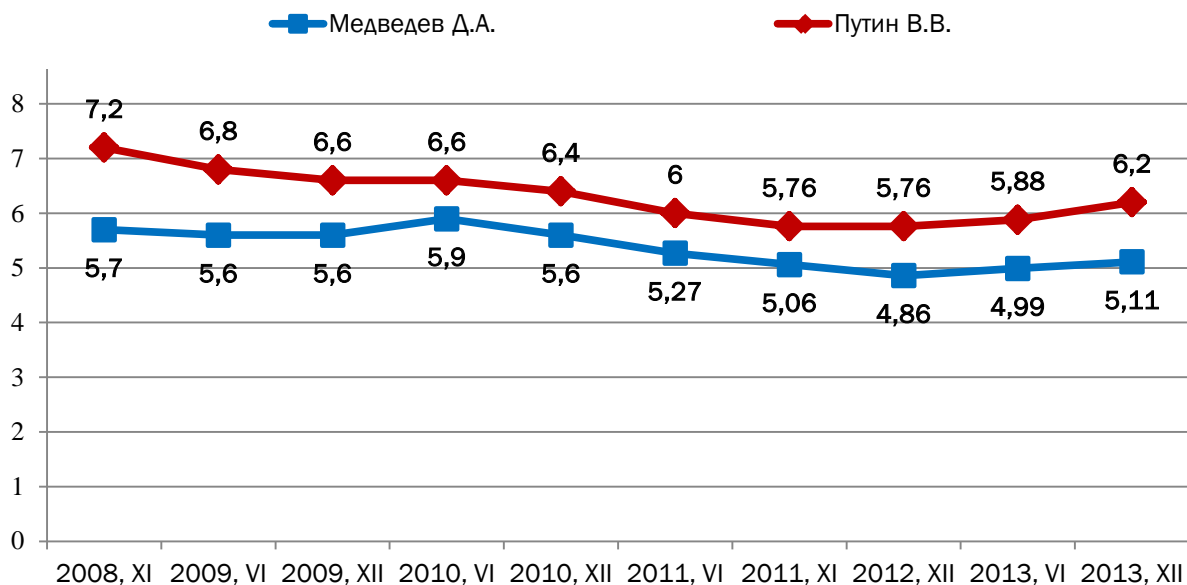
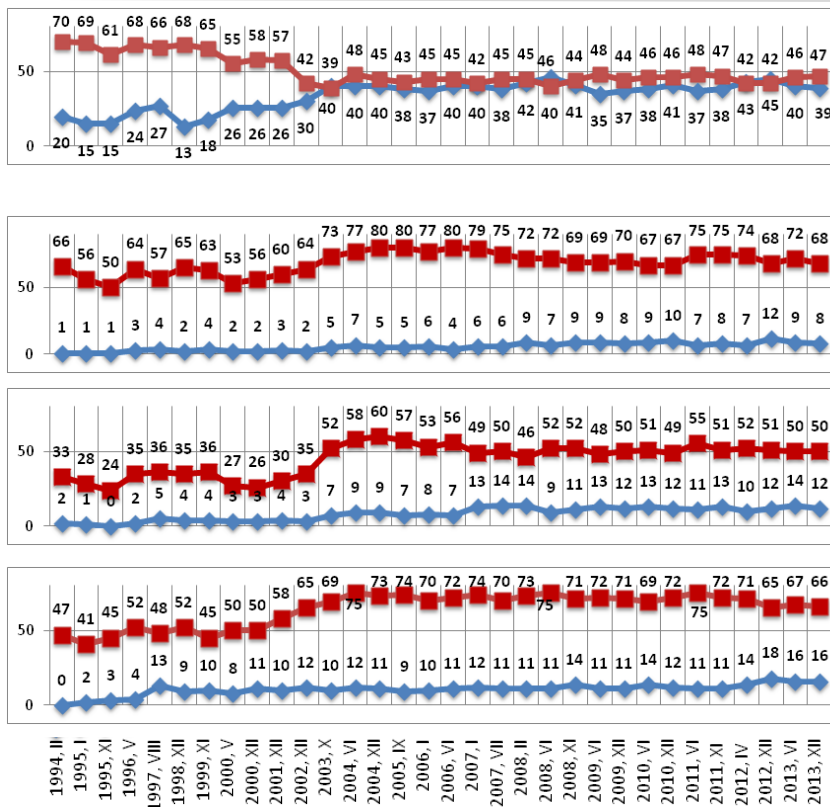


Рисунок 1 – Оценка деятельности В.В. Путина и Д.А. Медведева на постах президента и председателя правительства России (РФ, баллы по 10-балльной шкале)

Российское гражданское общество доверяет государству лишь на треть и по-прежнему не видит в лице государства защитника своих интересов. В декабре 2013 г. около 48% россиян считали, что государство защищает в первую очередь интересы богатых. По мнению 45% граждан, государство выражает интересы государственной бюрократии. Приблизительно 15% респондентов убеждены в защите государством интересов всех граждан России, 11% – средних слоев. Затруднились ответить 16% россиян. Отметим, что за 13 лет мониторинга по показателю «российское государство выражает и защищает интересы всех граждан России» достигнуто наибольшее значение (15%). Начиная с ноября 2011 г. по данному показателю наблюдалась повышательная тенденция. Отметим, что с момента последних президентских выборов начинается снижение числа граждан, считающих, что российское государство выражает и защищает интересы богатых (с 52 до 48%).

Сложный индикатор социально-политической отчужденности описывает суждения респондентов о жизни в стране (см. рис.2). Количество респондентов, отметивших в декабре 2013 г., что «сейчас каждый, кто может и хочет работать, способен обеспечить свое материальное благополучие», составило 39%, массив респондентов, считавших, что, «сколько ни работай, материального благополучия себе не обеспечишь» – 47%. До 68% граждан в стране считали, что «людям у власти нет никакого дела до простых людей», в то время как всего 8% – что государство «заботится о жизни простых людей».

Разрыв в интересах центра и регионов остается недопустимо значительным: около 50% граждан считали, что «главное для центральной власти в Москве – это решить свои проблемы за счет областей и республик России». И пока только 12% придерживались мнения, что «центр проводит политику в интересах регионов». Российские граждане не ощущали себя активными участниками политической жизни: 66% – подавляющее большинство – отметили, что «большинство из нас не могут повлиять на политические процессы в стране», в то время как 16% имели противоположное мнение.



■ Сколько ни работай, материального благополучия себе не обеспечишь

◆ Сейчас каждый, кто может и хочет работать, способен обеспечить свое материальное благополучие

■ Людям у власти нет никакого дела до простых людей

◆ Власти заботятся о жизни простых людей

■ Главное для центральной власти в Москве - это решить свои проблемы за счет областей и республик России

◆ Центр проводит политику в интересах регионов

■ Большинство из нас не могут повлиять на политические процессы в стране

◆ Большинство из нас могут повлиять на политические процессы в стране

Рисунок 2 – Суждения респондентов о жизни в стране (РФ, % от числа опрошенных)

Анализируя результаты мониторинга суждений респондентов о жизни в стране за последние 3 года, построим квадрант существующего развития гражданского общества в России в границах измерений: «материальное благополучие россиян–материальное неблагополучие россиян» и «власти заботятся о гражданах–власти не заботятся о гражданах» (см. рис. 3). Квадрант синего цвета указывает на существующий вектор развития российского гражданского общества. Квадрант красного цвета выражает желаемое развитие гражданского общества с указанием, где большинство граждан считает, что сейчас каждый способен обеспечить свое материальное благополучие и власти заботятся о жизни простых людей. Таким образом, российское общество уже на протяжении многих лет не изменяет вектор своего развития, двигаясь в противоположном направлении от благоприятно желаемого состояния.

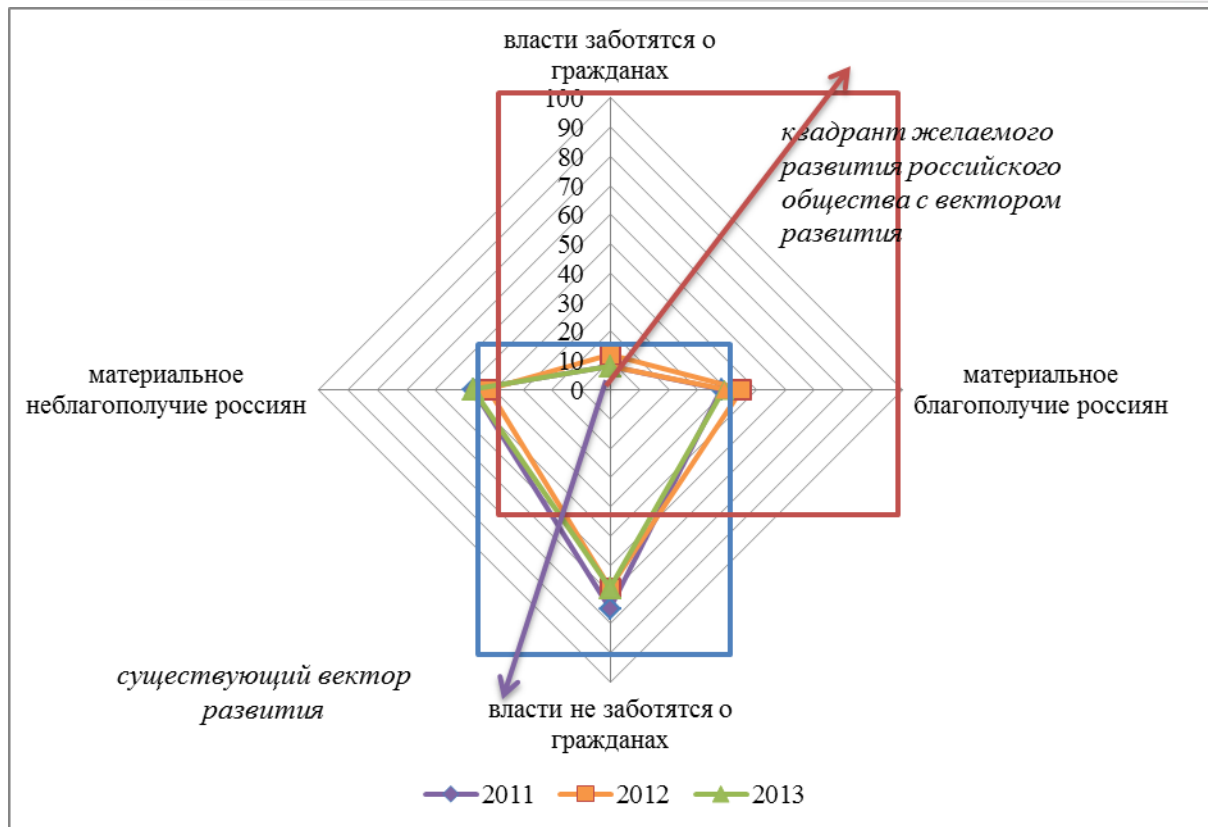


Рисунок 3 – Визуализация существующего и желаемого векторов развития российского гражданского общества в границах индикаторов «материальное благополучие россиян – материальное неблагополучие россиян» и «власти заботятся о гражданах – власти не заботятся о гражданах»

В целом российское гражданское общество неоднозначно, а по отдельным проблемам негативно относится к действиям государства. Политическая система, с точки зрения граждан, нуждается в реформах. Лишь треть граждан доверяют государственным структурам. Более трети россиян доверяли Президенту РФ, армии, Правительству РФ, Совету безопасности. По мнению граждан, государство в первую очередь защищает интересы богатых и государственной бюрократии. Такая точка зрения является доминирующей в сознании граждан. Тем не менее консолидация внутри гражданского общества не находит свое выражение: доверие институтам гражданского общества проявляется лишь на четверть своего потенциала. Наибольшим доверием у граждан пользовались церковь, общественные организации, СМИ. Политические партии как институт гражданского общества не пользуются поддержкой у россиян.

Условия нестабильности и кризиса сформировали мнение гражданского общества о деятельности политических лидеров. В. Путин, по мнению наибольшего числа граждан, способен вывести Россию из кризиса. Четверть респондентов не отдает предпочтения никому из политиков. Сравнивая рейтинги, деятельность Путина В.В. оценивалась выше, чем деятельность Д.А. Медведева.

РЕГИОНАЛЬНЫЕ И МЕСТНЫЕ ВЫБОРЫ 2014-2015: НОВЫЙ ЗАПРОС, НОВЫЕ ПРАВИЛА, НОВЫЕ СТРАТЕГИИ

М.М. Басимов НАЛИЧИЕ/ОТСУТСТВИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ СИМПАТИЙ РЕСПОНДЕНТА И ЕГО ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ ТИП

БАСИМОВ Михаил Михайлович – доктор психологических наук, профессор кафедры социологии Курганского госуниверситета. E-mail: basimov_@mail.ru

Работа выполнена при поддержке РФФИ, проект № 13-06-00525а.
Работа выполнена при поддержке РГНФ, проект № 12-03-00594-а.

Локальные эмпирические классификации позволяют рассматривать внутреннюю (содержательно определяемую выбранными вопросами анкеты) структуру подмножества эмпирических данных исследования, которая показывает, насколько неоднородна совокупность ответов на вопросы анкеты, представленные интервальными переменными, и как эту неоднородность высвечивают и усиливают внешние факторы, представленные номинальными переменными, придавая ей определенную типологическую структуру.

Иллюстрируют предлагаемый метод данные, полученные в рамках исследования политических предпочтений и политической активности потенциальных избирателей. В исследовании одновременно использовались социологическая анкета и психологические тесты. Мы подробно остановимся на описании групп респондентов, ответивших так или иначе на вопросы с номинальными ответами социологической анкеты, в рамках личностной типологии по методике Дж. Олдхема и Л. Морриса.

Психологический портрет респондентов определялся по методике Дж. Олдхема и Л. Морриса определения типа личности и вероятностных расстройств данного типа. В предлагаемой методике представлены 14 категорий типов личности. Тест определяет норму и акцентуацию определенного типа личности. Персональный тип – это неповторимая смесь 14 типов. Все 14 стилей нормальны и универсальны, и хотя любая личность имеет сильные и слабые стороны, нет ничего ненормального в доминировании одного типа или недостатке другого. Персональный автопортрет – это иллюстрация богатства и многообразия отличий среди всех нас. Ниже перечислены 14 типов и соответствующих им расстройств (в скобках).

Таблица 1 Типы личности и соответствующие им расстройства

№	Тип личности и соответствующих им расстройств	Сокращенное обозначение
1	Тип (А) Бдительный (Параноидальный)	TL-A
2	Тип (В) Отшельник (Шизоид)	TL-B
3	Тип (С) Идеосинкратический (Шизопатия)	TL-C
4	Тип (D) Авантюрный (Антисоциальный)	TL-D
5	Тип (Е) Деятельный (Активность на грани срыва)	TL-E
6	Тип (F) Драматический (Неестественное актерство)	TL-F
7	Тип (G) Самоуверенный (Нарциссизм)	TL-G
8	Тип (H) Чувствительный (Уклонение)	TL-H
9	Тип (I) Преданный (Зависимый)	TL-I
10	Тип (J) Добросовестный (Навязчиво-принудительный)	TL-J
11	Тип (K) Праздный (Пассивно-агрессивный)	TL-K

12	Тип (L) Агрессивный (Садист)	TL-L
13	Тип (M) Альтруистический (Самоуничужение)	TL-M
14	Тип (N) Серьезный (Депрессивный)	TL-N

Приведем для примера отдельные результаты множественного сравнения групп, выбравших те или иные номинальные ответы по вопросам анкеты. Всего в задаче рассматривалось 14 вопросов социологической анкеты с номинальными ответами, которые использовались для построения групп, сравниваемых в дальнейшем по психологическим параметрам личностного теста (в задаче, результаты которой мы приводим, использовались и другие интервальные данные – результаты ответов на анкеты и опросники).

Рассмотрим три группы респондентов, ответивших «Да», «Нет», «Затрудняюсь ответить» на вопрос анкеты: «Испытываете ли Вы чувство симпатии к каким-либо известным Вам политическим партиям?».

1. Группа респондентов, испытывающих симпатии к отдельным (за которые можно голосовать) политическим партиям (**ответ 1: «Да»**), которых в рамках рассматриваемой типологии личности можно охарактеризовать прежде всего как Бдительный (A) тип (сравнительная весомость = +596) и Добросовестный (J) тип (сравнительная весомость = +533). В меньшей степени – как Деятельный (E) тип (+316), Идеосинкратический (C) тип (+229), Серьезный (N) тип (+207). Сравнительная психограмма рассматриваемой группы представлена в таблице 2.

Таблица 2 Сравнительная психограмма группы респондентов, испытывающих симпатии к отдельным политическим партиям

Компонента типа личности	Сравнительная весомость
TL-A	596
TL-J	533
TL-E	316
TL-C	229
TL-N	207
TL-G	143
TL-M	141
TL-L	64
TL-B TL-F	31
TL-K	21
TL-H	16
TL-D	14
TL-I	-20

2. Группа респондентов, не испытывающих симпатии к политическим партиям (не определившихся в партийном поле), когда все партии или упоминание о партиях вызывает у них отрицательную реакцию (**ответ 2: «Нет»**), которых в рамках рассматриваемой типологии личности можно охарактеризовать прежде всего как (все сравнительные весомости со знаком минус) не Драматический (F) тип (сравнительная весомость = -163), как не Агрессивный (L) тип (-178), как не Идеосинкратический (C) тип (-197). Сравнительная психограмма рассматриваемой группы представлена в таблице 3.

Таблица 3 Сравнительная психограмма группы респондентов, не испытывающих симпатии к политическим партиям

Компонента типа личности	Сравнительная весомость
TL-I	23
TL-B	20
TL-J	-11
TL-M	-13
TL-H	-19
TL-K	-83
TL-A	-86
TL-N	-95
TL-D	-117
TL-E	-125
TL-G	-128
TL-F	-163
TL-L	-178
TL-C	-197

3. Отдельно можно отметить респондентов, затрудняющихся дать ответ на этот вопрос (**ответ 3: «Затрудняюсь ответить»**), которых в рамках рассматриваемой типологии личности можно охарактеризовать как (F) Драматический тип (+118). Остальные ярко проявляющиеся компоненты в рамках рассматриваемой типологии личности можно охарактеризовать прежде всего с приставкой «не» (все сравнительные весомости со знаком минус): не Альтруистический (M) тип (сравнительная весомость = -116), не Добросовестный (J) тип (-236), не Отшельник (B) (-359). Сравнительная психограмма рассматриваемой группы представлена в таблице 4.

Таблица 4 Сравнительная психограмма группы респондентов, затрудняющихся с ответом на вопрос об отношении к политическим партиям

Компонента типа личности	Сравнительная весомость
TL-F	118
TL-D	36
TL-K	8
TL-C TL-E	7
TL-H	2
TL-I	1
TL-L	0
TL-N	-1
TL-G	-6
TL-A	-21
TL-M	-116
TL-J	-236
TL-B	-359

В задачах множественного сравнения большинство номинальных ответов выбирают представители определенных ярко выраженных психологических типов, а значит, он определяет (порождает) то или иное отношение к изучаемым проблемам, а ответы на вопросы социологической

анкеты становятся содержательно понятными, когда они дополнительно высвечиваются психологически. При этом процент тех или иных ответов (обычная цель социологического исследования) становится не просто результатом, но и определяется психологическими типами личности среди респондентов, акцентуациями их темперамента и характера.

Вебер считал, что ключ к интерпретативной социологии заключен в немецком слове *Verstehen*, которое означает «понимание», ведь задача ее последователей не только наблюдать за людьми, но и войти в их понимание смысла мира, чтобы оценить, почему они поступают именно так, а не иначе.

Литература

- 1 Басимов М.М. Изучение статистических связей в психологических исследованиях: Монография. – Москва: Из-во Московского психолого-социального института, 2008. – 432 с.
- 2 Basimov M.M. Mathematical methods in psychological research (Nontraditional methods). Monograph. – Germany, Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011. – 185 p.
- 3 Басимов М.М. Множественное сравнение в социологических исследованиях: Монография. – Курган: Курганский государственный университет, 2012. – 224 с.
- 4 Басимов М.М. Нелинейная социология: Монография. – Курган: Курганский государственный университет, 2012. – 120 с.

Ю.В. Березутский ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ АКТИВНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ СТОЛИЦЫ ДАЛЬНЕГО ВОСТОКА РОССИИ

БЕРЕЗУТСКИЙ Юрий Владимирович – кандидат социологических наук, доцент, начальник отдела организации и координации научных исследований Дальневосточного института управления – филиала РАНХиГС. E-mail: uriy@dvags.ru

Для современного российского общества, особенно для Дальнего Востока России в силу его огромной территории вкупе со слабой заселенностью населения, крайне важны и необходимы высокий уровень социальной солидарности граждан, а также их социальной и электоральной активности. От готовности людей участвовать в общественной и политической (выборах) жизни территории, на которой они проживают и работают, во многом зависит и эффективность решения актуальных социальных проблем территориального сообщества, действенность органов местного самоуправления.

Прошедшие 8 сентября 2013 г. единые по всей стране выборы практически повсеместно были ознаменованы низким уровнем электоральной активности избирателей. Так, согласно данным Избирательной комиссии Хабаровского края, в выборах мэра Хабаровска приняли участие лишь 29,9% избирателей. Наиболее активной группой, как и показывает практика, являются люди предпенсионного и пенсионного возрастов. Молодежь демонстрирует более низкий уровень своего участия в выборах. В то же время результаты нескольких региональных социологических опросов выявили, что летне-осеннее наводнение, произошедшее на Дальнем Востоке России (серьезно затронувшее и Хабаровск) не сказалось на снижении электоральной активности хабаровчан.

Особенность прошедших выборов была связана еще и с тем, что практически все ведущие социологические центры дали ошибочные (завышенные) прогнозы явки избирателей на эти выборы (примерно на 10–15%). Действительно, сегодня можно и следует говорить об изменившемся электоральном поведении избирателей, однако прошедшие выборы свидетельствуют об определенном неучтенном макросдвиге электоральной активности.

На наш взгляд, главную причину снижения электоральной активности избирателей следует искать в их электоральной усталости, которая проявляется в том, что российское общество поднялось

на более высокий уровень понимания электоральных процессов (вырос протестный потенциал общества, общество устало от расхождения слов и дел избираемых, сменяющих друг друга громких коррупционных дел, общество не видит влияния избранных на решение своих актуальных проблем), в то время как избираемые политические силы используют старые избирательные технологии, основанные на принципе обещаний. Другими словами, общество устало от выборов, значительно снизился уровень уверенности в то, что выборы влияют на изменение жизни.

Интерес к выборам. Следует отметить невысокий интерес хабаровчан к прошедшим выборам. Порядка половины жителей высказали свой интерес к таким значимым для города выборам, как выборы мэра (в сумме ответов «очень интересуют» и «интересуют»), а ведь именно от выборов во многом зависит вектор социально-экономического и культурного развития города, уровень и качество жизни хабаровчан.

Доверие власти. Социально-политическое доверие, поддержка и голосование на выборах в большинстве своем являются результатами социального самочувствия граждан, их удовлетворенности основными аспектами своей жизни, ощущений социальной справедливости и поддержки со стороны органов государственной власти и местного самоуправления. Как известно, власть легитимна в том случае, когда соблюдается законность и демонстрируется ее ответственность перед населением. Легитимность власти – это положительное отношение общества к власти, к форме правления, принятым законам, вектору, к которому она стремится и по которому движется. Это важнейшее условие политической и общественной стабильности, поддержки населением ее представителей на выборах.

В общественном сознании хабаровчан сохраняется более высокая персонификация первых лиц страны, региона, города. Уровень же доверия хабаровчан различным политическим и управленческим структурам крайне низок.

Следует отметить, что в оценках хабаровчан большего доверия удостоен бывший министр РФ по развитию Дальнего Востока – полномочный представитель Президента РФ в ДФО В.И. Ишаев. Практически половина хабаровчан высказывает ему свое доверие. Губернатору Хабаровского края В.И. Шпорту (22,2%) и мэру Хабаровска А.Н. Соколову (21,7%) высказывает свое доверие каждый пятый хабаровчанин. Крайне низкий уровень доверия у населения вызывают руководители городских округов Хабаровска (не превышает 10%). Серьезная проблема взаимоотношений местной власти и общества связана с так называемым феноменом отчуждения, поскольку около 40% хабаровчан отметили, что вообще никому не доверяют.

В целом политическим партиям хабаровчане высказывают низкий уровень доверия. Так, только четверть опрошенных доверяют «Единой России». Один из десяти выражает доверие КПРФ, менее десятой части – ЛДПР и статистически незначимое количество – партии «Справедливая Россия». Каждый третий вообще не доверяет партиям, еще каждый третий не готов отвечать на данный вопрос.

Естественно, чтобы повысить уровень доверия хабаровчан к политическим и социальным институтам, общественно-политическим лидерам, хабаровчанам важно видеть конкретные результаты их деятельности по улучшению условий жизни.

Имидж и авторитеты. Другая значимая проблема наряду с доверием власти связана с тем, что действующая власть во многом занимается формированием собственного имиджа, не создавая в общественном мнении альтернативных авторитетов так называемых лидеров общественного мнения (тех, узнаваемых в обществе людей, которые вызывают доверие, пользуются у жителей авторитетом). Они не только выражают общественное мнение, но и часто формируют его.

В то же время следует отметить, что большинство хабаровчан не смогли назвать авторитетных людей в городе (на открытый вопрос затруднились ответить 62% опрошенных). Горожане в большинстве своем называли авторитетами представителей органов региональной и муниципальной власти. Можно отметить, что значимым авторитетом у хабаровчан пользуются В.И. Ишаев (20,5% – бывший министр развития Дальнего Востока РФ), А.Н. Соколов (11,6% – действующий мэр Хабаровска) и В.И. Шпорт (7,6% – действующий губернатор Хабаровского края). Большую значимость эти оценки населением приобретаются в силу того, что данный вопрос в анкете был открытым, т.е.

хабаровчане сами называли (без подсказок) наиболее, на их взгляд, авторитетных и уважаемых людей Хабаровска.

Доверие выборам. Еще одна значимая проблема – неверие людей в выборы. Для значительной части опрошенных жителей Хабаровска, допускающих возможность неучастия в выборах, главным мотивом является политический фактор. Он проявляется в том, что практически половина опрошенных (41,4%) объясняет возможность неучастия в выборах тем, что «их голос не может на что-то повлиять». В этом, возможно, отражается разочарованность этой части хабаровчан деятельностью органов власти всех уровней, имеющей собирательный образ в общественном сознании. Анализ причин неучастия респондентов в выборах также показывает, что второй по значимости неявики на выборы причиной хабаровчане выбирают занятость своими делами, что свидетельствует о демонстрации этой частью населения незначимости выборов в своей жизни (26,5%).

В целом итоги социологического измерения взаимоотношений различных социальных и политических институтов с городским сообществом можно охарактеризовать сохранением значительной социальной отчужденности, аномии, что в конечном итоге приводит к снижению электоральной активности граждан. Крайне негативным фактором, деформирующим электоральную активность, являются сформировавшиеся социально-психологические установки граждан содержащие недоверие к власти, ощущение тотальной зависимости от нее, неумение и нежелание принимать на себя ответственность за решение проблем своего дома, улицы, поселения. Органы местного самоуправления ничего не добьются до тех пор, пока не изменят состояние массового общественного сознания людей.

Т.С. Болховитина
ГРАЖДАНСКАЯ АКТИВНОСТЬ В ИНФОРМАЦИОННОМ ОБЩЕСТВЕ:
ВОПРОСЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ГИПОТЕЗЫ

БОЛХОВИТИНА Татьяна Сергеевна – кандидат политических наук, доцент, зав. кафедрой менеджмента, государственного и муниципального управления Брянского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. E-mail: info@bfrane.brk.ru

Изучение вопросов гражданской активности в информационном обществе требует применения научно-исследовательских подходов, позволяющих провести параллельный анализ в этих двух областях независимо, путем выявления потенциала информационного центра и гражданского общества.

Суть проблемы – найти некоторые общие элементы, раскрывающие проблему гражданской активности в контексте влияния Интернет-технологий.

Главная проблема исследования – диагностика социально-культурных условий, влияющих на уровень и характер гражданской активности россиян, а также оценка возможностей, которые несут в себе информационно-коммуникационные технологии (прежде всего Интернет) в деле повышения гражданской активности в контексте институциональных механизмов, способов и целей использования Интернета и, особенно, участия граждан, действия которых обусловлены бременем истории, т.е. своим опытом и отношениями, сформированными в советское время.

Диапазон дефиниций гражданской активности, понимаемой как сознательные действия по реализации всеобщего блага, в основе которого лежит интерес к общественным делам, расширяется и включает некоторые элементы политической и гражданской активности личности. Это важно для последующих апелляций, поскольку не только обращение к проявлениям конкретных действий в пространстве гражданских действий, но и представление установленных социально-культурных факторов (предрасположенность) определяют возможности и характер проявления гражданской активности в российском обществе.

Эти вопросы можно рассмотреть через обращение к концепции социального капитала и политической культуры.

Такой подход определяет три области исследований, охватывающих своим действием:

- информационное общество и действующих в его рамках пользователей Интернет-технологий в России;
- гражданское общество с легитимизирующими его активными гражданами;
- отношения между фактом использования Интернет-технологий и уровнем и характером гражданской активности.

Все вышесказанное предопределяет постановку следующих вопросов и формулирование гипотезы. Указанная научно-исследовательская проблема и связанные с ней области исследования предполагают постановку вопросов, которые можно представить через призму их специфики.

Исследуя тему информационного общества и пользователей Интернет-технологий через призму гражданской активности будет интересно найти ответы на следующие вопросы:

- Какая связь существует между технологическим развитием и развитием экономики и общественной жизнью в разных странах мира?
- Какое место занимает Россия в глобальном информационном обществе с точки зрения развития технологий, информационно-коммуникационных технологий?
- Можно ли определить характерные особенности Интернет-пользователей в России, опираясь на социально-демографические характеристики, и сравнить их с теми, кто с Интернетом не пользуется?
- Существуют ли социально-демографические черты пользователей Интернет, особо влияющие на способ и сферу применения Интернет-технологий?

Вопросы, касающиеся гражданского общества и активности гражданской (в отношении проблематики социального капитала и политической культуры), можно сформулировать следующим образом:

- 1 Что можно сказать о степени (силе обязательств) и качестве гражданской активности россиян?
- 2 Каков потенциал в формировании социального капитала среди граждан России в разрезе трех его измерений: доверия, удовлетворенности жизнью, вовлечения в гражданское общество?
- 3 Какие отношения возникают между отдельными компонентами социального капитала: доверием, удовлетворенностью жизнью и участием гражданского общества? Связаны ли они друг с другом положительной корреляцией?
- 4 Какое отношение россиян к собственной стране, можно ли говорить о национальной гордости?
- 5 Каково отношение россиян к демократическому режиму (и как люди понимают демократию), к роли политических элит и собственной роли в формировании социально-политического устройства?
- 6 Как россияне относятся к своим представителям в политических кругах?
- 7 Что влияет на принятие решения об участии в выборах и что в свою очередь предопределяет избирательную неактивность?

В отслеживании связи, происходящей между активностью в сети Интернет и гражданской активностью, можно поставить следующие вопросы:

- Существует ли существенная разница между источником социального капитала среди пользователей Интернет и теми, кто его не использует?
- Если да, возможно ли, что Интернет-пользователи получают преимущества на всех трех измерениях: доверия, удовольствия от жизни и вовлечения гражданского общества?
- Как представляется проблема восприятия добра среди пользователей и не использующих Интернет?
- У кого меньше проблем в понимании вопросов, касающихся политики и формирования собственного мнения на исследуемую тему, – у пользователей Интернета или у лиц, его не использующих?

В отношении вышеуказанных вопросов исследования можно сформулировать общую гипотезу: хотя потенциал россиян в создании социального капитала значительно меньше, чем в странах Западной Европы при одновременно более низком уровне технологического развития России, тем не менее пользователи Интернета в нашей стране, по сравнению с теми, кто с Интернетом не пользуется:

- сильнее ориентируются на поле гражданских действий;
- более активны имеющие опыт советского гражданства;
- обладают более высоким потенциалом в формировании социального капитала;
- они более отзывчивы на добро и реализацию общих целей;
- лучше понимают вопросы политики, однако сила влияния Интернет-технологий в области гражданской активизации для них будет иметь ограниченный радиус действия.

Как легко можно увидеть, существенное влияние здесь будут оказывать нормы и ценности (включая те, что определяют качество политической культуры) и характер существующих общественных отношений, которые связаны с местом личности в социальной структуре.

В.П. Горяинов
ЦЕННОСТНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ НАСЕЛЕНИЯ, ОТМЕТИВШЕГО ГРАФУ ГОЛОСОВАНИЯ
«ПРОТИВ ВСЕХ»

ГОРЯИНОВ Владимир Петрович – кандидат психологических наук, независимый исследователь, представитель научной общественности. E-mail: vlagor@mail.ru

Общеизвестно, что ценностные ориентации населения тесно связаны с его политическими ориентациями, и важная задача данного исследования определить качественные и количественные характеристики этих связей. Актуальная задача данной работы – определить особенности ценностных ориентаций населения, голосовавшего «против всех».

В данной работе использованы данные международного социологического обследования, проведенного методом интервью в 2006–2007 гг. в 20 европейских странах по программе Европейского социального обследования (ESS). В России сбор данных выполнил Институт сравнительных социальных исследований (ЦЕССИ). Руководителем проекта ESS в России является А.В. Андреевкова. Российская выборка составила 3379 респондентов, интервью проведено в 2006 г.

В этом исследовании анализировались 6 партий (остальные партии не анализировались), участвующих в парламентских выборах 2003 г. (цифры указывают процент набранных ими голосов в указанный период времени): «Единая Россия» – 59,5%; КПРФ – 16,8%; ЛДПР – 6,5%; «Родина» – 4%; Союз правых сил – 2,6%; «Яблоко» – 1,7%; условная группа «против всех» – 7,6% от валидной выборочной совокупности.

Статистическим методом нами выявлена сопряженность признаков связи между партийными предпочтениями электората и силой четырех основных факторов: гедонизм, государственность, гуманизм, элитаризм. Степень силы этих основных факторов определяли по результатам факторного анализа с вращением по методу варимакс и нормализацией по Кайзеру.

Необходимо пояснить, что еще в 2002 г. Госдума РФ отменила в избирательном бюллетене графу голосования «против всех», но разработчики интервью по каким-то причинам не учли этого и оставили эту графу в ответах на вопрос **«За какую партию Вы проголосовали на выборах в Госдуму в декабре 2003 г.?»**. Поэтому при проведении интервью возникла интересная ситуация, можно сказать, похожая на проективный тест. По результатам этого интервью, проведенного в 2006 г. накануне новых парламентских выборов оказалось, что группа «против всех» реально существует. Более того, эта группа демонстрирует не просто пассивное социальное молчание, как это характерно для реакции людей на нейтральные ценности, но и активное молчаливое противодействие всем партиям или, может быть, недовольство всей избирательной и партийной системой в целом. Возможно, одна из причин появления этих голосов «против всех» кроется в забывчивости респондентов, так как между выборами и моментом интервью прошло почти 4 года. В этой ситуации респонденты в своем восприятии этого вопроса и предлагаемых вариантов ответа на него интерпретировали свои ответы отчасти по следам своей личностной памяти, отчасти в соответствии со своими субъективными предпочтениями на момент проведения интервью 2006 г. Несмотря на все указанные обстоятельства, мы решили проанализировать эту группу как реально существующую, хотя она оказалась искусственно создана условиями интервьюирования.

В докладе с помощью графических методов будет показано, что у более половины группы «против всех» наблюдается незначительное повышение силы факторов государственности и гедонизма и более крутое, но также незначительное повышение силы факторов элитаризма и гуманизма. Отсюда следуют выводы о следующих особенностях ценностных ориентаций группы «против всех». Эта группа характеризуется слабой силой указанных ценностных ориентаций по сравнению с остальными группами населения, голосовавшими за указанные выше партии. Для этой группы характерна некоторая гордыня и идентификация себя с отдельной от всего общества элитой и с незрелым абстрактным гуманизмом.

В докладе будут рассмотрены гипотезы о более тонких особенностях ценностных ориентаций условной группы голосовавших «против всех». По нашему мнению, следует учитывать, что для всей выборки респондентов фактор элитаризма отрицательно коррелирует (отрицает, противостоит, противоречит) трем факторам – государственности, гуманизму и гедонизму, а фактор гуманизма отрицательно коррелирует (отрицает, противостоит, противоречит) фактору государственности, то есть можно предположить, что группа голосовавших «против всех» как часть выборки имеет те же противоречия. Таким образом, группа голосовавших «против всех» имеет слабую ценностную активность по всем четырем факторам, да к тому же ее ценностные факторы взаимно отрицают друг друга.

Из вышесказанного следуют следующие выводы:

- 1 Следует квалифицировать как вполне рациональное изменение избирательного закона Госдумой РФ, по которому была отменена графа для голосования «против всех» в избирательном бюллетене с 2002 г., как отсекающая волеизъявление людей со слабыми и противоречивыми ценностными ориентациями.
- 2 Следует оценить как не вполне рациональное и обоснованное предложение по возвращению графы для голосования «против всех» в избирательном бюллетене для будущих парламентских выборов начиная с 2014 г., так как оно дает избирательное право людям со слабыми и противоречивыми ценностными ориентациями.

К.В. Дроздова

ИССЛЕДОВАНИЕ РАБОТЫ «ГОРЯЧЕЙ ЛИНИИ» ПО РЕШЕНИЮ ОСТРЫХ ПРОБЛЕМ ЖИЗНЕОБЕСПЕЧЕНИЯ ВО ВЗАИМОДЕЙСТВИИ РЕГИОНАЛЬНОГО ОТДЕЛЕНИЯ ПАРТИИ «ЕДИНАЯ РОССИЯ» С НАСЕЛЕНИЕМ

ДРОЗДОВА Кристина Вячеславовна – руководитель Управления общественных коммуникаций Общероссийского общественного движения в защиту прав и интересов потребителей «Объединение потребителей России». E-mail: krista67@mail.ru

Партия – это политическая организация, в основе деятельности которой лежит защита интересов определенных социальных групп людей посредством борьбы за власть и установление соответствующих политических и социально-экономических порядков. От того, как оценивают люди степень участия партии по защите их интересов, зависит уровень доверия к ней. Этот социальный капитал затем можно использовать и в период предвыборной борьбы, и в работе по увеличению социальной базы партии.

В настоящее время органы государственной власти при активном содействии политических партий и представителей экспертного и делового сообществ ведут активную деятельность, направленную на введение в действие механизмов контроля качества предоставления коммунальных услуг и сдерживания роста платежей за услуги жилищно-коммунального хозяйства (ЖКХ). На сегодня тема ЖКХ занимает лидирующую позицию среди факторов, влияющих на качество жизни граждан и вызывающих особое беспокойство общества. Президент России в Указе № 600 от 07.05.2012 сделал упор на эту проблему, и в качестве одного из вариантов решения предложил ввести систему общественного контроля [1].

Партия «Единая Россия», являясь в настоящий момент правящей, поддерживает и реализует политический курс российского государства, направленный на последовательное его укрепление, на развитие экономики и социальной сферы, качественное улучшение жизни людей. Но это определяет и степень ее ответственности перед людьми за выполнение всех предвыборных обещаний. Работая в условиях открывающейся в настоящее время свободной политической конкуренции, партия «Единая Россия» постепенно начинает открываться к диалоговому взаимодействию с потенциальными избирателями. Она определяет формы и способы прямых контактов с населением, демонстрирует готовность рассматривать конструктивные предложения людей и предлагает форматы деятельности по совместному воплощению в жизнь наиболее адекватных вариантов решений проблем.

Одной из таких форм взаимодействия с населением является партийный контроль. «Единая Россия» его уже активно проводит через сеть общественных приемных председателя партии, корпус муниципальных депутатов, организацию тематических «горячих линий». С 1 июля 2012 г. партия «Единая Россия» взяла под особый контроль ситуацию с тарифами ЖКХ с целью удержания их в предельных границах, установленных на федеральном уровне, и выявления фактов их необоснованного завышения. Это один из примеров действенной работы Партии с населением. «Горячая линия» организована Московским городским отделением партии совместно с Объединением потребителей России. Объединение потребителей России представляет общественную организацию, являющуюся посредником между гражданами и органами власти и коммерческими структурами, реализуя гражданский контроль как важнейший механизм обеспечения демократии. В управлении делами демократического государства контроль должен выступать неотъемлемой составляющей участия в нем граждан и общественных организаций. Вот почему важно более широкое современное понимание контроля как «совокупность политических, организационных и экономических процессов и методов, призванных способствовать развитию социальной системы, обеспечить стабильность общественного порядка и государственного строя, соблюдение Конституции и ее законов [2, с. 55].

Совместная акция Московского городского отделения партии и Объединения потребителей России проводилась в рамках партийного проекта «Народный контроль». На вопросы граждан,

связанные с ростом тарифов на услуги ЖКХ, неправильным начислением платежей, а также на жалобы в адрес организаций, осуществляющих управление многоквартирными жилыми домами, отвечали опытные юристы партийного проекта «Народный контроль» и его официального партнера – Объединения потребителей России. Организация работы «горячей линии» выступила как системная работа по исполнению Указа Президента [1].

Обращения москвичей принимались через Интернет-коммуникации (электронную почту), а также по телефону. Кроме того, в общественной приемной Объединения потребителей России были организованы очные консультации жителей Москвы по защите прав потребителей в сфере услуг ЖКХ. Итоги работы «горячей линии» ежедневно публиковались на сайте Московского регионального отделения партии «Единая Россия» [3].

Формирование требований к сбору эмпирических данных и их анализ выполняли специалисты и социологи Объединения потребителей России. Все обращения, поступающие от москвичей, фиксировались в специальной учетной форме (карточка наблюдения). Если вопрос требовал более детального рассмотрения, юристы «горячей линии» в интересах жителей обращались с письменными запросами в управы районов и в управляющие компании, а нередко и с жалобами в контрольно-надзорные органы. Эти документы тоже стали предметом анализа исследователей.

За двухмесячный период поступило 3140 обращений москвичей, 590 обращений граждан, требующих письменного разъяснения ответа, по 2340 обращениям дана разъяснительная и справочная информация звонившим (табл. 1).

Таблица 1 Характеристика деятельности участников акции по обращениям граждан

Поступило обращений	3140
Обращения, требующие письменного ответа специалиста «горячей линии»	435
Обращения, требующие письменного запроса в управляющие компании многоквартирных домов	120
Обращения, требующие письменного запроса в органы местного самоуправления	35
Обращения, не связанные с тематикой «горячей линии»	210
Поступило обращений справочного характера	2340

Наибольшее беспокойство жителей вызывает увеличение размера платы за жилищно-коммунальные услуги в последние 2 месяца (как правило, речь идет о завышении объемов потребления по горячему и холодному водоснабжению), а также нежелание ГУИСов аргументировать расчеты коммунальных платежей. Много вопросов, связанных с неудовлетворительным состоянием подъездов, придомовой территории, невнимательным отношением управляющих компаний к жалобам жителей.

В результате анализа полученных данных выявились проблемные зоны.

- 1 74,5% обращений справочного характера свидетельствует о недостаточном взаимодействии с гражданами соответствующих служб и органов местного самоуправления по вопросам информирования и невыполнении стандарта открытости органов власти. При этом Москва включилась в проект «Открытое правительство». В рамках данного проекта существует направление «Открытый регион», представляющее реализацию органами власти субъекта Российской Федерации системы мер по формированию и развитию открытого государственного управления на уровне субъекта Российской Федерации. Из 83 субъектов РФ 17 регионов реализуют пилотные проекты, включая Москву, 11 регионов присоединились к инициативе по внедрению открытости государственного управления. Поэтому правящая партия «Единая Россия» может быстро и без особых затрат повысить свой имидж за счет реализации информирования граждан в рамках проекта «Открытый регион».

- 2 Законность начисления платежей (13%) показывают слабое участие граждан в принятии решений органов власти, недостаточное распространение таких форм работы, как общественная экспертиза и общегражданское обсуждение законопроектов, программ, решений, принимаемых органами власти [4]. Граждане, профессиональные и общественные объединения должны заранее тестировать все государственные документы и проекты решений и организовывать их широкое обсуждение. При этом желательно рассматривать экспертную деятельность как превентивную технологию управления как способа опережающего регулирования инновационных социальных процессов [5]. Партия «Единая Россия» в настоящий момент намеревается обеспечивать четкий контроль над тарифами ЖКХ в регионах, предлагать системные реформы в данной сфере, а также призывать к ответственности представителей власти, которые нарушают решения правительства о предельно допустимом размере повышения тарифов, но информированность о данной работе, судя по результатам исследования, пока невысока. Эффективным инструментом может стать работа сети общественного контроля в сфере ЖКХ – ресурсных центров, которые заинтересованы в объективной информации и имеют все возможности собрать данную информацию в рамках своего региона. В настоящее время разработаны методики и рекомендации, которые позволят получать наиболее точную информацию и анализировать не только относительное изменение величины платежа, но и детально выявлять, действительно ли счет, который выставляют гражданам, соответствует качеству предоставляемых услуг.
- 3 Но самый большой вопрос вызывает у граждан обеспечение качества предоставляемых услуг (63%) и бездействие управляющих компаний, осуществляющих управление многоквартирными домами. Разнообразие форм и методов гражданского контроля достаточно подробно рассмотрено в работе «Социальные инновации в контексте управления будущим» [6]. Организация мониторинга за качеством предоставляемых услуг ЖКХ силами партии «Единая Россия» и Объединением потребителей России позволит отработать данную инновационную технологию не только для Москвы, но и для всех регионов России.
- 4 Системная работа партии по наведению порядка в ЖКХ, которую намерена продолжать партия «Единая Россия» в субъектах РФ, может стать тем ресурсом, который повысит доверие электората на будущих выборах.

Литература

- 1 Указ Президента России № 600 от 07.05.2012 «О мерах по обеспечению граждан Российской Федерации доступным комфортным жильем и повышению качества жилищно-коммунальных услуг».
- 2 Василенко Л.А. Социальный контроль // Организация и технологии антикризисного социального управления. М.: Проспект, 2004.
- 3 <http://moscow.er.ru/news/2012/10/18/goryachaya-liniya-po-tarifam-zhkh-prodolzhaet-svoyu-rabotu>.
- 4 Дроздова К.В. Интеллектуальные ресурсы в России в повышении эффективности общественного контроля на потребительском рынке // Управление персоналом и интеллектуальными ресурсами в России. 2013. Т. 2. № 6 (9).
- 5 Инновационные технологии проведения общественной экспертизы государственно значимых решений и общественных слушаний, с включенным гендерным подходом и с применением «высоких» информационных технологий / Под общ. ред. Л.А. Василенко, Т.Е. Сафоновой. М.: Проспект, 2010.
- 6 Василенко Л.А., Василенко В.И. Социальные инновации в контексте управления будущим. – Махачкала: Радуга-1, 2013.

В. Г. Завалин

ЭЛЕКТРОННАЯ ДЕМОКРАТИЯ И ГРАЖДАНСКИЕ ИНИЦИАТИВЫ

ЗАВАЛИН Вячеслав Геннадьевич - координатор по Воронежской области Института социально-экономической модернизации. E-mail: zavalin.vrn@gmail.com.

Современное общественное устройство диктует новые формы и методы госуправления. Они включают открытость, интерактивность, рост влияния прямых, неиерархических связей между государственными и общественными институтами. Такие требования обусловлены повышением скорости коммуникаций, быстрой трансформацией институтов, появлением большого числа субъектов, в том числе с быстроменяющейся логикой поведения.

Каждый день мы смотрим по телевизору, слушаем по радио и читаем в газетах, что нашему государству необходимы гражданские инициативы, но что они представляют, откуда их брать и куда с ними идти, не знаем. Почему-то, отвечая на столь актуальный вопрос, мы никогда не видим результат, который можно потом было бы назвать путем гражданской инициативы к реализации. Чтобы понять, как действовать, нужно разобраться: а есть ли у общества запрос на гражданские инициативы и есть ли, собственно, сами инициативы. Мы можем сказать, что исходят они от обычных граждан, не являющихся экспертами в той или иной сфере, которые хотят, чтобы окружающее их пространство было чуточку лучше, чем оно есть сейчас.

Понятно, что любая инициатива от обычного человека, попадающая на стол представителя органов власти, сразу получает отказ, а сам человек после отказа в его инициативе или просьбе начинает разочаровываться в том, что ему, обычному человеку, можно что-то изменить в районе, городе, стране, и тогда из человека с активной жизненной позицией, который мог принести пользу обществу, стране и государству, выходит либо обычный обыватель, либо человек, который будет тратить свою энергию не на конструктивные вещи, а на разрушительные процессы.

Цель общества и власти – сделать так, чтобы направить его активность в позитивное русло, для чего нужно сформировать систему работы с гражданскими инициативами. Ее, к сожалению, сейчас у нас нет. Многие могут сказать, что мы не правы – есть множество площадок для работы с гражданскими инициативами, но мы готовы поспорить. Наше мнение заключается в том, что все они только говорят, что работают с гражданскими инициативами, однако чаще всего под красивыми словами подразумевается либо работа с общественными организациями, либо работа с экспертным сообществом, либо же с инициативами представителей органов власти, которые их выдвигают в частном порядке.

Вся проблема возникает не из-за того, что кто-то не хочет, чтобы инициативы граждан были реализованы, а лишь потому, что гражданская инициатива априори не может быть окончательно и профессионально сформулирована, а многоступенчатой системы, которая гражданскую инициативу могла сформировать в законопроект или в решение органов власти, просто не существует, и поэтому мы попытаемся предложить именно систему, которая бы доводила гражданскую инициативу до ее реализации.

Заметим попутно, что одной из проблем в плане реализации гражданских инициатив является тот факт, что представители гражданского общества, экспертного сообщества и органов власти очень часто дублируют полномочия друг друга, и у нас нет понимания, кто чем занимается и зачем нужны одни, если то же самое делают другие.

Итак, мы предлагаем создать четырехступенчатую систему «гражданская инициатива–гражданское общество–экспертное сообщество–власть». На наш взгляд, человек со своей инициативой не должен идти сразу к органам власти, первой ступеней должно стать гражданское общество (общественные организации, НКО, инициативные группы и т.д.). От общественности, у которой есть механизмы в виде общественных советов, общественных палат, Больших советов НКО и

открытых правительств, требуется систематизировать запрос граждан на конкретную инициативу, провести ее общественную оценку с мониторингом, социологическим опросом и анализом совпадающих инициатив от разных граждан. Итоги оценки должны быть переданы представителям экспертного сообщества.

Использовать информационно-коммуникационные технологии для коллективного принятия решений – мечта многих людей уже на протяжении длительного времени. Зачастую получается, зачастую нет. Например, внутри некоторых организаций так или иначе уже настроена какая-либо платформа в виде веб-сайта, куда участники организации заходят и ставят проблему на голосование, обсуждают ее, голосуют и тем самым принимают решения демократическим путем, без кулуарных интриг, открыто и у всех на виду. Но в основном речь идет о сетевых сообществах, научные, коммерческие или общественные организации подобные инструменты используют редко.

Уже даже разработаны некоторые системы электронной демократии (СЭД), многие команды разработчиков проектируют и пишут подобные системы. Adhocracy, Helios Voting, Liquid Feedback, Liquidizer, PiVote имеют спрос во многих организациях. Во многих, но далеко не в большинстве.

Попробуем понять, что представляет или должна представлять СЭД как система коллективного принятия решений. В большинстве своем СЭД должна выглядеть следующим образом: сайт с полем авторизации, где вы можете иметь только один аккаунт, зайдя внутрь, у вас должны быть возможности: поднять вопрос на обсуждение, поставить вопрос на голосование, посмотреть существующие обсуждения и голосования, добавить свой альтернативный вариант голосования, проголосовать за свою или чужую инициативу. Также в зависимости от того, для чего предназначена система, опционально могут добавляться делегирование своего голоса по всем вопросам или по какому-то типу вопросов какому-либо другому аккаунту, а также возможность отзываться свой голос, ранее отданный за какую-либо инициативу.

Если же говорить о самой большой ЭД для всей страны, давайте представим себе следующую картину. 2045 год. Здание Госдумы отдано под нужды инвалидам, а сама Госдума находится у нас в компьютерах, т.е. мы заходим на определенный сайт, вставляем флэшку с электронным ключом в компьютер, авторизуемся на сайте. Где-нибудь слева на экране видим новости, подобранные по тем разделам, которые нас интересуют, ниже все важные новости. В правой колонке, например, все активные и популярные инициативы по тем областям жизни, что нам интересны, например, авторские права, ЭД, права человека, дорожное движение и экология. Есть несколько активных инициатив, мы выбираем инициативы, заходим, проглядываем, и если они оказываются любопытными, ставим пометку «нравится» или сразу голосуем. Теперь инициатива никуда от вас не денется, каждое изменение будет приходить к вам на почту или отражаться на главной в центре страницы, куда попадают ваши или заинтересовавшие вас инициативы до момента их принятия или отвержения. Но вдруг в одной законодательной инициативе вы увидели, что можете качественно улучшить предложенный вариант. Она напрямую касается вашей специальности, и вы действительно знаете, что надо делать. Тогда вы отыскиваете на неделе два свободных часа времени и предлагаете свой альтернативный вариант, за который позже граждане будут голосовать.

Так вот, традиция тратить на решение государственных вопросов по полчаса в день стала для вас нормой, в конце концов мы сами отвечаем за то, как мы живем. Ну, если полчаса каждый день – много, то полтора-два часа в неделю на выходных достаточно. А можно через мобильный телефон по дороге на работу или вечером в парке. Причем совершенно точно можно сказать: технологически такую платформу сделать уже сейчас не составляет никаких проблем при наличии небольших финансовых ресурсов.

Давайте поймем, что же мешает внедрению подобных платформ. Технической сложности, повторимся, нет. Даже как менять законы под описанный механизм управления государством – тоже более или менее понятно. Все сложности хранятся в области психологии, социологии и политики, ну, и математики тоже.

Единственные организации, где подобные системы успешно внедряются, – негосударственные с изначальными демократическими и равноправными принципами членства, т.е. когда единственный

рычаг влияния на других членов организации – авторитет. В таких сообществах уже сейчас используются различные платформы ЭД, начиная от обычных форумов и социальных сетей, заканчивая действительно СЭД в том виде, в котором мы их представляем. Но с внедрением их в различные властные институты все оказывается намного сложнее.

Без подключения СЭД к существующим госорганам трудно себе представить альтернативную СЭД, которая существует и работает, издавая свои законопроекты, граждане их выполняют, а власть под них подстраивается. Здесь ключевой вопрос стоит в вовлечении граждан в систему. Очевидно, если даже мы привлечем в систему всех политически активных граждан, то политически неактивные граждане не будут знать о принятых «законах» и уж тем более в большинстве случаев не будут их исполнять. Да и при неочевидном результате своей деятельностью занятые люди будут все меньше и меньше использовать новую систему, поскольку не увидят эффекта от своей деятельности.

Впрочем, не надо впадать в отчаяние, будущее в любом случае за ЭД, но процесс внедрения ее, очевидно, не будет столь быстрым и стремительным.

Т.П. Кожина
СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАСТРОЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ РАЙОНОВ ВОЛОГОДСКОЙ ОБЛАСТИ
И ОСОБЕННОСТИ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ВЫБОРОВ

КОЖИНА Татьяна Павловна – младший научный сотрудник лаборатории исследования социальных процессов Института социально-экономического развития территорий РАН (ИСЭРТ РАН). E-mail: t.kogina@mail.ru

Для Российской Федерации характерно неравномерное экономическое развитие регионов, во многом зависящее от объективных причин: обеспеченности природными ресурсами, исторически сложившейся инфраструктурой, климатическими условиями, менталитетом населения. В то же время существенное влияние на развитие регионов и качество жизни населения оказывает экономическая политика местных властей: эффективность использования природных или исторических преимуществ региона или результативность восполнения недостатка этих преимуществ за счет собственных инициатив [4]. Асимметрия социально-экономического развития территорий наблюдается и на внутрирегиональном уровне. Происходит нарастание поляризации отдельных районов. Часть из них концентрирует население, становясь центрами дачно-рекреационной деятельности, промышленности, логистических сетей и т.д. Другие становятся бесперспективными, отличаются сжатием аграрного пространства, распадом крупных хозяйств, сокращением населения. Вдали от городов возникают зоны аграрной (а следовательно, общей) депрессии [2].

В Вологодской области наблюдается тенденция к концентрации промышленного производства в двух крупных городах – Череповце и Вологде. По расчетам Института социально-экономического развития (ИСЭРТ РАН) на основе данных статистики, с 1991 по 2011 г. доля районов в общем объеме производства промышленной продукции на душу населения в регионе снизилась с 30 до 9% [1]. В свою очередь отмечаются существенные различия в динамике производства промышленной и сельскохозяйственной продукции различных районов области. За 1991–2011 гг. его физический объем возрос в 5 районах области (из 26) и сократился в 15 районах, а некоторых весьма существенно [1]. При этом во всех районах области такой важный индикатор уровня жизни населения, как размер заработной платы, был ниже среднеобластного уровня, а в 11–15 районах – ниже и среднерайонных значений. В условиях политической конкуренции, в полной мере проявившейся на муниципальных выборах 8 сентября 2012 г. [5], важно проследить динамику социально-политических настроений населения в городских и сельских поселениях области, определить уровень институционального доверия жителей различных территорий и степень их готовности к участию в общественно-политической жизни.

Институт социально-экономического развития РАН (ИСЭРТ РАН) с 1996 г. проводит мониторинг социального самочувствия населения региона⁸. Неравномерное экономическое положение территорий является фактором социальной дифференциации населения, влияющей на отношение к происходящим в стране преобразованиям и доверии к институтам власти. Отмечено, что уровень институционального доверия в 2013 г. по сравнению с 2012 г. среди жителей сельских территорий Вологодской области несколько увеличился по сравнению с 2012 г., хотя эти изменения не носят принципиального характера. Так, уровень доверия Президенту РФ возрос с 28 до 36%, Правительству РФ – с 28 до 36%, полиции – с 15 до 27%, руководству области – с 18 до 28%, профсоюзам – с 20 до 25%, политическим партиям – с 15 до 22%. Тем не менее в 2013 г. показатели доверия оставались значительно ниже, чем у городских жителей, оценки которых практически не изменились: в отношении главы государства – на 15 п.п., главы правительства – на 11 п.п., губернатора области – на 13 п.п.

В отличие от институтов власти доверие горожан и сельских жителей общественным институтам находится примерно на одном уровне. В 2013 г. уровень доверия профсоюзам составлял в городе 29%, в сельской местности – 25%, общественным организациям – соответственно 27 и 25%, партиям – 20 и 22%.

С 2011 по 2013 г. отмечаются разнонаправленные изменения показателей доверия городского и сельского населения⁹. В сельской местности резко возросла доля тех, кто никому не доверяет (с 41 до 52–53%), в то время как среди жителей больших и малых городов показатель сохранился на уровне 23–24%.

Разница в уровне доверия властным структурам сельского и городского населения имеет тенденцию к росту. Так, в 2008 г. уровень доверия Президенту РФ сельских жителей был на 6 п.п. выше соответствующего показателя у горожан, в 2013 г. – на 15 п.п. ниже. В отношении правительства страны разрыв в доле позитивных оценок возрос с 5 до 11 п.п., руководства области – с 6 до 13 п.п. Одновременно существенно увеличилась разница в удельном весе тех, кто никому не доверяет – с 13 до 28 п.п.

Таким образом, 2012–2013 гг., в отличие от предыдущих лет, отмечены существенно более низким уровнем доверия федеральной и региональной власти сельского населения по сравнению с городским, что является следствием неравномерности развития территорий на муниципальном уровне. Именно на данных территориях отмечается рост абсолютного институционального недоверия, которое приводит к серьезным социальным проблемам: отчуждению населения от власти, аномии, самоизоляции в рамках семьи и ближайшего окружения [3].

Результатом межрегиональной и внутрирегиональной дифференциации является и тот факт, на протяжении 2000-х – начале 2010-х гг не снижается доля населения, разделяющего негативные утверждения о жизни в стране. Наиболее популярным является утверждение о социальной дифференциации («Богатые становятся богаче, а бедные – беднее»): в 2013 г. его отмечали 48% жителей села и 45% горожан. С 2012 по 2013 г. доля тех, кто «не чувствует себя участником событий, происходящих в стране», возросла в городе с 28 до 32%, в селе – с 24 до 33%. В то же время в 2013 г. по сравнению с периодом двухгодичной давности среди горожан снизилась, а среди сельчан немного увеличилась доля тех, кто оценивает степень своего участия в общественной и политической жизни как активное (соответственно с 27 до 20 и с 28 до 31%). Отчасти это подтверждается тем, что сельские жители отличаются более высокой явкой на выборы не только федерального, но и муниципального

⁸ 6 раз в год опрашивается по 1500 человек в возрасте от 18 лет и старше в Вологде и Череповце и 8 районах области: Бабаевском, Великоустюгском, Вожегодском, Грязовецком, Кирилловском, Никольском, Тарногском, Шекнинском. Метод опроса – анкетирование по месту жительства респондентов. Репрезентативность выборки обеспечивается соблюдением пропорций между городским и сельским населением; пропорций между жителями населенных пунктов различных типов (сельские населенные пункты, малые и средние города); половозрастной структуры взрослого населения области. При проведении опросов в населенных пунктах учитывается их равнопредставленность в избирательных округах (участках). Ошибка выборки не превышает 3%.

⁹ К городским и сельским жителям мы относим респондентов, которые указали, что они проживают соответственно в городе или селе.

уровня. Явка на выборы мэра Череповца, состоявшаяся в единый день голосования 4 марта 2012 г., составила 60,6%, в то время как явка на выборы главы Вологды в день муниципальных выборов 8 сентября 2013 г. – 23,0%. В тот же день 8 сентября 2013 г. на выборы главы городского поселения Бабаево явилось 29,8% избирателей, на выборы глав сельских поселений Борисовское и Володинское Бабаевского района – соответственно 47 и 58%.

В условиях изменения законодательства о региональных и муниципальных выборах, ориентированных на привлечение в политику новых эффективных лидеров, возрастает ответственность региональных и муниципальных властей за проводимую ими политику. В этой связи особую значимость представляют социологические опросы на различных территориях региона, позволяющие учитывать социально-политические настроения их жителей.

Литература

- 1 Ворошилов Н.В. Дифференциация социально-экономического развития муниципальных образований Вологодской области 1991–2011 гг. // Проблемы развития территории. 2013. № 3. С. 31–41.
- 2 Ильин В.А., Ускова Т.В. Методы преодоления пространственной социально-экономической дифференциации // Федерализм. 2012. № 3. С. 7–18.
- 3 Кара-Мурза, С.Г. Аномия в России: причины и проявления; <http://litfile.net/web/410204/423000-424000>.
- 4 Николаев И.А., Точилкина О.С. Экономическая дифференциация регионов: оценки, динамика, сравнения: Аналитический доклад. – М., 2011.
- 5 Орлов, Д. Выборы 8 сентября: новое качество электоральной поддержки власти; <http://www.regcomment.ru/articles>.

А.Ю. Ларин

ВКЛЮЧЕННОЕ НАБЛЮДЕНИЕ И АНАЛИЗ ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ СТАТИСТИКИ КАК МЕТОДЫ ОЦЕНКИ ИЗБЫТОЧНОГО НАДОМНОГО ГОЛОСОВАНИЯ НА ВЫБОРАХ

ЛАРИН Андрей Юрьевич – заместитель главного редактора журнала «Время Инноваций», e-mail: andrelar@bk.ru

После выборов в Государственную Думу 4 декабря 2011 г. тема честных выборов стала одной из наиболее злободневных для нашего общества. Действующий Закон о выборах предусматривает возможность избирателей проголосовать или на избирательном участке, или на дому (в лечебном учреждении) с использованием переносного ящика. Расширение практики использования КОИБ (комплексов обработки избирательных бюллетеней) и повышение качества корпуса избирателей снижают возможность манипуляций исходом голосования непосредственно на участках.

Технологии влияния на итоги выборов применялись и ранее. Они менялись в зависимости от задач, которые стояли перед территориальными и участковыми избирательными комиссиями. В первой половине 1990-х гг., когда для признания выборов состоявшимися был установлен порог явки в 50% избирателей, использовалась практика коррекции списков. «Местами списки избирателей были избавлены от хронически не голосующих граждан. Особенно тех, кто находится в преклонном возрасте» [4]. После снижения порога явки избирателей и последующей его отмены необходимость в коррекции списков отпала. Основным ресурсом влияния на итоги голосования долго являлось **досрочное голосование**. Так, в Балашиха при главе города **В. Самоделове** (ушел в отставку в августе 2012 г. после беседы с С.К. Шойгу) была распространена практика рекомендовать работникам муниципальных организаций голосовать досрочно. После серьезного законодательного ограничения практики досрочного голосования (только в отдаленных и труднодоступных районах) отмечается рост использования надомного голосования для оказания влияния на исход выборов.

Анализ электоральной статистики

Оценив официальную информацию, размещенную на сайте Мособлизбиркома [1], можно понять: в ходе выборов губернатора 8 августа 2013 г. в ряде районов на юго-востоке Московской области доля бюллетеней в переносных ящиках для голосования оказалась непропорционально высокой. Стоит сопоставить эти результаты с результатами надомного голосования в Москве. Напомню, в Москве на дому 8 сентября проголосовали около 104 тысяч избирателей, что составило **4,5%** от общего числа принявших участие в выборах. В наукоградах и в ряде наиболее крупных городов области (Коломна, Подольск, Королев) эта цифра примерно соответствовала московской. Самый значимый показатель при оценке ситуации является **количество избирателей, проголосовавших на дому, в расчете на 1 избирательный участок**. Лидерами по надомному голосованию на выборах 8 сентября 2013 г. в Московской области оказались:

- 1 **Егорьевский район.** 7006 проголосовавших на дому на 60 избирательных участков. На дому проголосовали 26,5% избирателей (в среднем 117 человек на участок). 8 сентября проводились выборы в районный Совет, избиратели голосовали по 2 бюллетеням, что требует примерно на 20–25% больше времени, чем голосование по 1 бюллетеню.
- 2 **Ступинский район.** 7826 проголосовавших на дому на 55 избирательных участков. На дому проголосовали 16% избирателей (в среднем 142 человека на участок).
- 3 **Зарайский район.** 2679 проголосовавших на дому на 33 участках. На дому проголосовали 16,8% избирателей (в среднем 81 человек на участок).

В Зарайске выборы проводились по 3-м бюллетеням (главы области, главы города и городского Совета). Организовать форсированное голосование с помощью переносных ящиков было затруднительно. Основная часть надомного голосования пришлось на 14 сельских избирательных участков, где голосование проводилось по 1 бюллетеню. Достаточно близко примкнул **Коломенский район**¹⁰: 2534 проголосовавших на дому на 32 участка, что составило 19,7% избирателей (в среднем 79 человек на участок).

Я сравнил результаты с итогами предшествующих региональных выборов (*Мособлдума, 2007 г. 4 декабря 2011 г. выборы МОД были совмещены с выборами в Госдуму*). Зарайский и Коломенский районы также входили в число лидеров по надомному голосованию с несколько более высокими показателями (23–24%) [3]. К сожалению, практика форсированного надомного голосования, примененная однократно, получает продолжение. 8 сентября 2013 г. глава Егорьевского района М. Лавров был избран сначала депутатом районного Совета, а потом, на первом заседании, избран его председателем. Поэтому 22 декабря состоялись досрочные выборы главы. Серьезной интриги не было. Правда, на этот раз аномально высокое надомное голосование было отмечено только на ряде сельских избирательных участков района (УИК № 534 – 210, УИК № 538 – 275, **УИК № 541 – 380**, УИК № 543 – 211) [2].

Включенное наблюдение

С декабря 1995 г. (*выборы в Госдуму*) по декабрь 2013 г. (*досрочные выборы главы Егорьевского района*) я был членом УИК с совещательным голосом или наблюдателем на 18 выборах различного уровня в Московской области. Сопоставляю заявленные цифры с практикой. Ни на одних выборах не приходилось сталкиваться с ситуацией, чтобы на участке подавалось более 60 заявлений на надомное голосование. Чаще всего число заявлений колебалось в диапазоне 20–35. Действующий

¹⁰ Коломна является городским округом и в состав района не входит.

«Закон о выборах» (ст. 77, п. 6) предусматривает, что число переносных урн определяется количеством избирателей на участке:

- 1 до 501 избирателя – 1 переносной ящик;
- 2 от 501 до 1001 избирателя – 2 переносных ящика;
- 3 свыше 1001 избирателя – 3 переносных ящика¹¹.

Как правило, мобильные группы с переносными урнами работают последовательно. В первой половине дня одна группа обходит избирателей, которые предварительно подали письменные заявления, были внесены в списки службой социальной защиты или предварительно позвонили по телефону. Во второй половине другая группа обходит избирателей, выразивших желание проголосовать на дому в день выборов (*заявки на участие в надомном голосовании принимаются до 14.00*).

Могу сказать, что за 8 ч (с 11 до 19), с коротким перерывом, реально посетить чуть более 40 адресов избирателей. Если все делать по правилам, уделить избирателю надо, как минимум, 6–7 минут, и, как минимум, 1/3 времени тратится на продвижение по маршруту. Чтобы приблизиться к обходу (объезду) 110–120 адресов избирателей, а тем более превысить эту цифру, по крайней мере 2 мобильные группы с переносными урнами должны работать не *последовательно*, а *одновременно*. Начинать обход квартир надо буквально с 9.00, а заканчивать почти одновременно с закрытием участков.

При условии, что члены УИК, проводящие голосование, будут в течение дня перемещаться по участку, без существенного перерыва на чай (кофе). Допустим, на отдельных участках, члены УИК могут выдержать такой марафон. Но способны ли выдержать это испытание наблюдатели, среди которых много граждан пенсионного и предпенсионного возраста? Избиратели также не должны тратить время на поиски паспортов или очков, не вступать в продолжительные переговоры с гостями, голосовать максимально оперативно. 3-я группа (*если она предусмотрена Законом*) с переносным ящиком может начать работу не ранее 14.30, после сбора всех заявок в день голосования (*по Закону председатель УИК обязан уведомить о выходе группы не позднее чем за полчаса*).

В пределах района может оказаться несколько участков, на которых совпадут условия, благоприятные для масштабного надомного голосования. ***Первым и обязательным является желание большого числа избирателей проголосовать именно на дому.*** Другие факторы, влияющие на интенсивность надомного голосования в пределах участка:

- социально-демографический состав избирателей (доля граждан преклонного возраста и граждан с ограниченными возможностями);
- шаговая доступность избирательного участка;
- погодные условия в день голосования.

В Москве и области, примерно по 10–15% адресов голосуют по 2 избирателя. Можно сделать вывод: число ***150 избирателей***, принявших участие в надомном голосовании, можно ***признать достижимым***. Если голосование проводится по 1 бюллетеню. Ситуация, когда таких участков 3–5 на район, возможна. Более того, если на участке расположена сельская или поселковая больница, число избирателей может приблизиться к 200 или даже превысить эту цифру. Но таких участков в пределах района 1–2. Если же в муниципальном районе или городском округе, участков, на которых вне помещений проголосовало 100 и более избирателей, десятки, налицо безусловный признак ***злоупотребления голосованием с использованием переносных ящиков***.

¹¹ Закон предусматривает при определенных условиях на небольших избирательных участках (п. 1 и п. 2) увеличение числа ящиков, но не более чем на 1.

Выводы

- 1 Отказываться от проведения надомного голосования не следует. Это нарушит право сотен тысяч, если не миллионов граждан на участие в выборах.
- 2 Необходимо законодательно регламентировать пределы возможностей УИК при организации голосования с использованием переносных ящиков.

Литература

- 1 Официальный сайт Московской областной избирательной комиссии.
- 2 Районная газета «Знамя труда» (Московская область, г. Егорьевск) 2012–2013 гг.
- 3 Итоговая таблица результатов выборов в Московскую Областную Думу // Ежедневные новости Подмосковья. –2007, апрель.
- 4 Ларин А. «Пенсионер? Вычеркиваем... («Куда пропали два миллиона избирателей?») // Сегодня. – 19.10.1995.

А.А. Ловкова

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА ФОКУС-ГРУПП В ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ КАМПАНИЯХ (НА ПРИМЕРЕ СЕРИИ ФОКУС-ГРУПП, ПРОВЕДЕННЫХ В РАМКАХ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ В ТОЛЬЯТТИ)

ЛОВКОВА Анастасия Анатольевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры экономики и управления Тольяттинского филиала РАНХиГС. E-mail: aalovkova@gmail.com

Избирательное право является наиболее важной демократической ценностью. Но в современном российском обществе осознание этой ценности только формируется. Итоговая явка тольяттинцев 8 сентября 2013 на выборы в Городскую Думу составила в среднем 28%. По Автозаводском району явка составила 25,68%, в Центральном районе – 25,78%, а в Комсомольском районе – 32,87% [1]. Данные показатели свидетельствуют о низкой политической активности жителей. Фокус-группы проводились в Комсомольском районе, тогда как в двух других районах города такие технологии не применялись. Мы можем предполагать, что обмен мнениями на фокус-группах может выступать одним из факторов повышения политической активности граждан.

Эффективная избирательная кампания не возможна без применения социологических исследований. Конечно, очень важны массовые опросы, так как они дают нам информацию о том, как меняется политический рейтинг того или иного кандидата. Но причины этих изменений зачастую остаются не сформулированными. Для решения этой задачи и применяются фокус-группы. Так же их необходимо использовать на начальном этапе предвыборной кампании для выяснения наиболее острых социальных тем волнующих жителей избирательного округа.

В июле-августе 2013 г. в Тольятти под моим руководством была проведена серия из 28 фокус-групп. В фокус-группах приняли участие 337 человек. Группы формировались по территориальному признаку, т.е. к участию допускались люди, прописанные в избирательном округе. Генеральная совокупность составила 31 397 человек. Выборка для фокус-групп внутри территории избирательного округа носила случайный характер. По возрастному признаку участники серии фокус-групп распределились следующим образом: от 18 до 30 лет – 28% респондентов, от 30 до 55 лет – 37% респондентов, от 55 лет и старше – 35%. По гендерному признаку в основном на фокус-группах преобладали женщины – 84% респондентов.

При проведении фокус-групп в рамках предвыборной кампании важно помнить, что нам важно мнение каждого человека, важно отслеживать изменения настроений людей, поскольку это служит

показателем того, как работают агитаторы и весь штаб избирательной кампании. Фокус-группы являются важной формой обратной связи с населением.

При формировании фокус-групп мы исходили из нескольких важных принципов [2]:

- 1 Фокус-группы формировались из рядовых жителей избирательного округа и к участию не допускались эксперты, агитаторы, активные приверженцы какой-либо партии и т.д., так как они могли оказать давление на других членов группы.
- 2 Не допускалось участие в фокус-группе родственников, знакомых, друзей, так как это могло повлиять на искренность участников и их мотивацию.

Цель проведения серии фокус-групп – выявление политических настроений у жителей избирательного округа.

Фокусированное интервью проводилось с использованием специального вопросника (гайда), который содержал открытые вопросы, сгруппированные по нескольким темам.

Первая группа вопросов была направлена на выяснения отношения жителей к выборам, их осведомленности о том, куда они будут выбирать депутатов 8 сентября. В начале проведения серии фокус-групп (за 2 месяца до выборов) большинство участников не знали, что 8 сентября состоятся выборы, по мере приближения данного события и развертывания масштабов предвыборных кампаний осведомленность по этому вопросу значительно выросла.

По вопросу о том, в какой орган власти будут выборы, у участников возникали затруднения, вызванные неинформированностью граждан о структуре власти. Встречались разные варианты «в мэрию», «в думу, кажется государственную», «в собрание депутатов», «в администрацию», «в Самару» (имеется в виду Самарская губернская дума) и т.д. Количество таких участников также уменьшилось по мере приближения к выборам.

Интересны, ответы на вопрос о том пойдут ли респонденты на выборы? Среди тех, кто не пойдет на выборы, чаще встречались следующие ответы: «Нет, не пойду, все уже за нас решили... мой голос ничего не значит»; «Не пойду, так как постоянно не хожу». Не определившиеся участники чаще всего отвечали следующим образом: «Может быть, и пойду, если буду свободен»; «Решу, когда узнаю о кандидатах и пойму, что кто-то из них достоин, то пойду»; «Пойду, если будет желание, все будет зависеть от обстоятельств ...погодных условий ...моего пребывания в городе...». Среди тех, кто точно решил, что пойдет на выборы, преобладают следующие ответы: «...пойду, так как не хочу, чтобы мой голос засчитали в пользу кого-либо»; «Пойду, так как хочу, чтобы выбрали достойного депутата»; «Пойду, так как считаю это своим гражданским долгом»; «Пойду, так как надеюсь на то, что все-таки что-то изменится в лучшую сторону в районе...». Таким образом, мотивация тех, кто не ходит на выборы, связана именно с высоким уровнем недоверия респондентов к органам власти. Этот же мотив проскальзывает и у тех, кто пойдет на выборы. Но из одной ситуации недоверия к политическим институтам участники в силу своих особенностей делают разный выбор: одни говорят, что за них все решили и уходят в пассивный протест, другие идут на выборы, потому что уверены, иначе их голос будет украден.

Вторая группа вопросов была посвящена желательному образу депутата. Образ депутата зачастую оказывается весьма размытым из-за того, что люди просто не знают, что входит в компетенцию представительного органа местного самоуправления. С работой мэрии жители сталкиваются каждый день, поэтому зачастую и приписывают депутатам ее функции: «...у нас козырек над подъездом сломан, почему депутат его нам не починит» В ответ на вопрос о том, что должен делать депутат городской думы, респонденты чаще всего отвечали «...решать проблемы благоустройства дворов...», «решать проблемы медицины, образования и ЖКХ...», «осуществлять контроль цен или социальные цены...», «решить проблемы транспорта», «не просто слышать, а делать», «должен уметь отстаивать интересы людей», «хотелось бы к дому скамейки, а то нет ни одной... забота о пожилых...», «строительство детских садов... благоустройство детских площадок». Таким образом, участники

говорили о том, что депутат должен заниматься благоустройством округа и социальными вопросами, о законодательской деятельности депутатов не упомянул никто.

При характеристике депутата респонденты чаще всего обращали внимание на возраст и большинство склонялись к тому, что возраст идеального кандидата – 35–45 лет. Далее обсуждалась профессиональная принадлежность кандидата в депутаты. Большинство респондентов говорили о том, что было бы хорошо, если бы это был человек, работающий на заводе. По округу баллотировались представитель крупного предприятия и врач. Мотивация выбора участниками представителя крупного предприятия обосновывалась тем, что «у представителя промышленного предприятия есть возможность вливать финансы в различные проекты и дела»; «...промышленник принесет больше пользы, у него есть возможность предоставить рабочие места для людей, у него больше связей...», «человек с завода будет реальные дела делать, а ни языком чесать». При обсуждении образа кандидата в депутаты четко проявилась усталость респондентов от невыполнимых политических обещаний, очень часто всплывало, что депутат должен быть «хозяйственником».

Таким образом, проведение фокус-групп в рамках избирательной кампании является очень важным инструментом для выстраивания правильной политической стратегии. Применение серии фокус-групп позволило оперативно отслеживать информацию о мотивации избирателей к выбору того или иного кандидата. Также в ходе фокус-групп те, кто не хотел вообще идти на выборы или не определился с выбором, получали пищу для размышлений, таким образом, сокращались группа политических дезадаптантов и группа случайного выбора. Эффект от фокус-группы заключается в том, что информация о кандидате поступает от таких же жителей округа, как и сам респондент, и вызывает у участника больше доверия, чем информация от агитаторов, СМИ и официальных лиц.

Литература

- 1 Итоги выборов в г. Тольятти; <http://tit.ru/articles.php?n=1950073>.
- 2 Дмитриева Е.В. Фокус-группы в маркетинге и социологии. – М.: Центр, 1998. – 144 с.

М.В. Мамонов

МУНИЦИПАЛЬНЫЕ И РЕГИОНАЛЬНЫЕ ВЫБОРЫ В НОВЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ: НОВЫЕ ТЕНДЕНЦИИ И СЛОЖНОСТИ ИЗМЕРЕНИЯ

МАМОНОВ Михаил Викторович – кандидат политических наук, руководитель исследовательских проектов ВЦИОМ, доцент кафедры прикладной социологии Финансового университета. E-mail: mamonovmv@mail.ru

Прошедшие осенью 2013 г. региональные и муниципальные выборы выявили проблемные зоны исследования общественно-политических процессов в регионах, появление которых определяется изменением политических реалий.

Ключевыми факторами новой реальности являются рост конкурентности политической жизни в субъектах РФ, все большая фрагментация политического пространства, локализация общественно-политических процессов и ограничение возможностей для администрирования политического процесса, особенно в период выборов.

Эта ситуация ставит перед социологами ряд вопросов, от реакции на которые будет зависеть степень понимания действительности и изменений. Обозначим лишь некоторые из них:

- Каким образом учесть усиливающееся разнообразие общественно-политической действительности и чувствителен ли используемый инструментарий к изменению условий и характера выборов?
- Можно ли говорить об универсальности используемого инструментария?

- Каким образом можно выявить разную степень мобилизации электората в разных регионах и каким образом на этапе проведения предвыборных опросов можно индигировать эффективность административной мобилизации?
- Как учитывать эффективность мобилизационной активности разных участников выборов?

Отсутствие ответа на эти вопросы негативно влияет как на способность понимания происходящего, так и на качество прогнозирования, прежде всего электорального.

Прошедшие выборы преподнесли немало сюрпризов социологам и продемонстрировали необходимость пересмотра подходов к изучению электоральной ситуации. Это относится как к ситуации с политическими партиями, так и к одномандатным выборам. В некоторых регионах мелкие партии «выстрелили». Причина выборов сюрпризов в низкой явке и новых возможностях для таких партий. К примеру, в Волгограде партии с загадочным названием «Коммунистическая партия социальной справедливости» было достаточно «завербовать» 9055 человек, чтобы получить 5% голосов. И это в городе-миллионнике.

Самая удивительная ситуация – в Красноярске, где партия «Патриоты России» набрала почти 26%, что в 3 раза больше опросного результата. Причина такой победы – низкая явка (18,6%) и авторитет А. Быкова, племянник которого, В. Быков, возглавил партийный список на выборах. Иначе говоря, потенциала одного политика было достаточно, для того чтобы партию-призрак сделать фактически лидером избирательной гонки.

Представляется, что количество подобных случаев будет только увеличиваться, в том числе и по причине низкой явки, большой локальной известности ЛОМов (лидеров общественного мнения), их способности мобилизовать свой электорат.

На уровне субъектов аналогичные примеры тоже есть, хотя полученный мелкими партиями результат ниже. Причины – в более высокой явке и отсутствии общерегиональных ЛОМов.

В случае с одномандатными выборами самый интересный сюжет связан с московскими выборами и неожиданным результатом А. Навального. Ряд факторов сыграл на руку данному политику: высокая степень мобилизации его электората, пассивность избирателей С. Собянина, образ А. Навального как лидера протеста, а также то, что он смог отмобилизовать социально активных избирателей.

Все это ставит задачу пересмотра подходов как к организации полевых работ, так и более фокусированного учета мнения отдельных социальных групп с потенциально более высоким уровнем явки.

Проведение ВЦИОМом исследований мониторингового характера в регионах РФ в предвыборный период позволило развеять ряд утверждений традиционно циркулирующих среди аналитиков и экспертов. Назовем лишь некоторые из них:

- Наличие жесткой взаимосвязи оценки главы региона и главы муниципалитета. В действительности она носит неустойчивый характер, в том числе и в период выборов. Таким образом, часто формулируемая уверенность в том, что население оценивает работу главы региона через призму оценки местного муниципального руководства – некоторое заблуждение.
- Наличие жесткой зависимости оценки региональной ситуации и оценки главы субъекта. В действительности она слабо выражена и, как следствие, параметры региональной ситуации имеют фоновое значение при оценке главы региона. Можно говорить о различии детерминант оценок региональной ситуации и оценки главы региона.
- Население оценивает деятельность главы субъекта через призму достигнутых результатов. Исследования показали, что отношение к главе субъекта определяется прежде всего оценкой его способности улучшить ситуацию в регионе и лишь во вторую очередь достигнутыми результатами. Российский избиратель перспективен, а не ретроспективен.

- Наличие линейной зависимости оценки «Единой России» и других общественно-политических показателей. Зависимость присутствует, но она ситуативна. Показатели «Единой России» крайне ограниченно связаны с оценкой работы главы региона и с ситуацией в регионе в целом.

Перечень развенчанных иллюзий значительно шире упомянутого.

Изменение общественно-политических условий ставит перед исследователями задачу пересмотра принципов организации своей работы, смещения фокусов изучения, отказ от устоявшихся убеждений. Сегодняшнюю ситуацию можно расценить как значимый вызов, пока остающийся без ответа.

К.И. Митькина
ИССЛЕДОВАНИЕ ФЕНОМЕНА ЭЛЕКТОРАЛЬНОЙ КУЛЬТУРЫ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ
(НА ПРИМЕРЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

МИТЬКИНА Ксения Игоревна – студентка 4-го курса факультета политологии и социологии УрФУ им. Б.Н. Ельцина, стипендиат Оксфордского российского фонда. E-mail: miksur@mail.ru

Общеизвестно, что современное российское государство позиционирует себя как государство, использующее в своем управлении демократический политический режим. Неотъемлемой частью данного режима является проведение выборов и референдумов на различных уровнях власти. В России выборы проводятся с 1991 г., со времен избрания Б.Н. Ельцина на пост Президента России. В обществе, имеющем подобный опыт участия в выборах, зарождается и развивается такой динамический процесс, как электоральная культура.

В современной науке дается следующее определение данного феномена: электоральная культура – элемент политической культуры, совокупность норм, ценностей, моделей поведения, характерных для различных групп избирателей. Также данный феномен имеет такие важнейшие показатели, как ответственность и компетентность избирателя. Ответственность определяется чувством гражданского долга, а компетентность – уровнем знаний избирателя электоральных процессов, политической ситуации и т.д.

Также электоральная культура способна интегрировать людей в определенные группы, в соответствии с принадлежностью к которым они и делают свой выбор.

Электоральная культура граждан Российской Федерации с течением истории претерпевала существенные изменения: советское время – полное единение власти и народа, постсоветский период характеризовался феноменом левого консерватизма и сельского традиционализма, что привело к патернализму по отношению к партии власти; в пятом электоральном цикле проявились тенденции к формированию гражданской культуры участия рядовых граждан [3].

В ноябре 2013 г. было проведено социологическое исследование, направленное на изучение основных характеристик электоральной культуры уральской молодежи. Объектом исследования выступили молодые люди в возрасте 19–30 лет (т.е. имеющие возможность участвовать в выборах), проживающие в крупном городе (Екатеринбург) и сельской местности (п.г.т. Арти Свердловской области). Предмет исследования – электоральная культура уральской молодежи. Цель исследования заключалась в сравнении электоральной культуры молодежи, проживающей в городской и сельской местности.

Объем выборки составил 200 человек (в соответствии с условиями, поставленными университетом). Выборка многоступенчатая: на первом этапе проводилась районированная выборка по месту проживания, на следующих – выборка по роду деятельности (учащийся/работающий) и возрасту.

Методом сбора информации послужило раздаточное анкетирование, так как оно не требует специальных навыков от анкетера и экономит время.

Для составления инструментария использовались определенные критерии. Данные критерии в научной литературе разделены на 2 группы: рациональные и иррациональные.

К рациональным критериям относятся:

- уровень информированности респондентов об электоральных процессах;
- электоральные предпочтения и убеждения респондентов;
- рациональные модели поведения респондентов.

Рациональные критерии в свою очередь делятся на критерии электорального участия и электорального поведения. Первый тип включает электоральную активность (частота голосования на выборах, уровень осведомленности о политических процессах, партийная принадлежность, уровень интереса к политическим и электоральным процессам), причины и мотивы участия/неучастия в выборных процессах, личное отношение к выборам.

Электоральное поведение объединяет проявление определенного типа голосования (ретроспективное и перспективное), его разновидностей; влияние внешних факторов на выбор той или иной модели электорального поведения.

Иррациональные критерии отражают эмоциональный фон электората. В его рамках рассматриваются эмоциональный настрой электората и неосознанные глубинные мотивы выбора. Так как данное исследование не ставит перед собой задачи определения ключевых моментов выбора того или иного кандидата, в инструментарии были представлены вопросы только по измерению эмоционального настроения опрошенных.

В ходе данного исследования были получены следующие результаты.

Электоральная культура молодежи п. Арти и г. Екатеринбурга имеет следующие общие черты:

- 1 На участие в выборах молодежи обеих территорий одинаково влияет экономический фактор. В связи с неудовлетворенностью экономической ситуацией вокруг молодые люди пытаются сохранить свое благосостояние, поддерживая стабильность политического строя.
- 2 На участие в голосовании и сам выбор респондентов в значительной степени влияет их референтная группа – семья, близкие люди.
- 3 Для молодежи обеих территорий в большей мере характерна модель социотропного голосования.
- 4 Молодежь п. Арти и г. Екатеринбург интересуется политической ситуацией в стране, имеет определенную устойчивую политическую позицию.

Различия:

- 1 Политические взгляды жителей п. Арти имеют преимущественно социалистическую направленность, жителей Екатеринбурга – либеральную.
- 2 Городская молодежь более активно участвует в выборах, так как имеет больше возможностей заработать на них (наблюдатель, проведение экзитполов).
- 3 Молодежь г. Екатеринбурга более информирована о выборах, так как городское телевидение более разнообразно, а Интернет имеется в более широком доступе, в то время как артинская молодежь черпает информацию преимущественно из печатных источников.

Молодежь п. Арти отдает предпочтение муниципальному уровню выборов как более значимому для них, тогда как для молодых жителей большого города все выборы имеют равное значение. Данное исследование лишь раз подтверждает, что в сельской местности наиболее значимы выборы местного уровня, так как в связи с небольшой численностью населения все изменения и реформы муниципального масштаба напрямую отражаются на каждом жителе. Также кандидаты, участвующие в местных выборах, гораздо лучше знакомы и известны местным жителям в силу малой численности населения.

Для того чтобы сделать вывод об уровне электоральной культуры, нужно определить, что в себя включает каждый уровень.

Высокий уровень: рациональные показатели все на высоком уровне, преобладает модель активного электорального поведения, среди исследуемых высокая доля приверженцев каких-либо политических партий. Положительный эмоциональный настрой.

Средний уровень: есть определенная позиция, политические взгляды и убеждения, однако в меньшем объеме представлена модель активного электорального поведения, присутствует протестное и пассивное поведение.

Рациональные показатели на уровне не ниже среднего минимума. Нет ощущения особой важности выборов, неустойчивый эмоциональный настрой.

Низкий уровень: рациональные показатели ниже среднего, доминирует модель пассивного электорального участия. Выборы представляются чем-то формальным, незначимым. Не вызывают эмоций.

Согласно данным характеристикам электоральную культуру жителей п. Арти и г. Екатеринбург можно охарактеризовать как электоральную культуру среднего уровня. Однако культура молодежи Екатеринбурга более приближена к высокому уровню, а культура жителей п. Арти – к низкому.

Исследователь попытался измерить эмоциональный фон опрашиваемых по дороге на выборы и сразу после голосования.

Согласно полученным распределениям, респонденты не испытывают каких-либо ярких эмоций перед выборами, однако после выборов среди них преобладает чувство выполненного долга и тревога, что как раз характеризует нестабильный эмоциональный фон, характерный для среднего уровня электоральной культуры.

Распределение характеристик кандидата, значимых для респондента, отражает некоторые тенденции в электоральном поведении уральской молодежи:

- большое внимание к уровню патриотичности кандидата и его национальной принадлежности, что связано с многонациональным составом Свердловской области и близким соседством с Башкортостаном (особенно в случае молодежи п. Арти);
- минимальная значимость пола кандидата, т.е. гендерное переосмысление роли женщин в политике и проявление равноправия полов в политической сфере;
- выход на первое место ретроспективного голосования (упор на результаты предыдущей деятельности кандидата)
- минимальная значимость политической принадлежности кандидата, что говорит о неудачном опыте построения партийной политики и об утрате доверия к определенным партиям.

На основании исследования г. Екатеринбург и п. Арти можно сделать общий вывод об электоральной культуре молодежи Свердловской области. Она находится на среднем уровне, для нее характерны такие черты, как заинтересованность в участии в выборах, наличие протестного поведения (5% опрошенных не голосуют на выборах в рамках протеста) и пассивной позиции (около 1/5 опрошенных утверждают, что молодежь не оказывает никакого влияния на политическую ситуацию в стране), преобладание социотропного вида голосования. Основными факторами,

оказывающими влияние на электоральную культуру молодежи Свердловской области, являются экономический фактор, место проживания, семья и СМИ.

В целом, полученные данные не имеют сильных расхождений с предыдущими исследованиями и подчеркивают статус жителей Свердловской области как активных избирателей, имеющих четкую политическую позицию.

Литература

- 1 Липсет С. Роль политической культуры; <http://politzone.in.ua/index.php?id=378> (дата обращения – 20.02.2013).
- 2 Навальный С.В. Электоральная культура (социально-философский аспект); <http://www.famous-scientists.ru/list/4330> (дата обращения – 20.02.2013).
- 3 Митрохина Т. Электоральная культура провинциального социума; <http://www.isras.ru/files/File/Vlast/2012/04/Mitrohina.pdf> (дата обращения – 20.02.2013).

Т.В. Пушкарева

НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ, РАБОТАЮЩИЕ В СФЕРЕ СЕМЬИ И ДЕТСТВА, КАК РЕСУРС РАЗГОСУДАРСТВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ

(по результатам исследования, проведенного по заказу Департамента семейной и молодежной политики г. Москвы в 2012 г.)

ПУШКАРЕВА Татьяна Витальевна – доцент кафедры культуры и дизайна РГСУ, кандидат философских наук. E-mail: ap-bib@yandex.ru

В сентябре-декабре 2012 г. по заказу Департамента семейной и молодежной политики города Москвы ООО «Локус-Пресс» было проведено исследование московских некоммерческих организаций, осуществляющих поддержку семьи и детства. Проведение данного исследования было продиктовано необходимостью поисков новых путей сотрудничества и взаимодействия органов государственного, муниципального управления и третьего сектора в области поддержки семьи и детства в г. Москве.

Расширение участия негосударственных (немуниципальных) организаций в оказании государственных услуг в социальной сфере является одним из приоритетных направлений реформирования российской системы бюджетирования и управления, а также условием формирования современного гражданского общества. Данная задача зафиксирована в ряде документов, определяющих стратегические направления развития страны (в частности в Концепции социально-экономического развития РФ до 2020 г., в документах «Стратегии 2020», выступлениях Президента РФ).

Несмотря на бурный рост российского третьего сектора, начавшийся в 1990-х гг., в области социальной поддержки он сих пор лишь дополняет деятельность государственных учреждений. Система предоставления услуг социальной направленности на бюджетные деньги по-прежнему монополизирована государственными бюджетными учреждениями, что в итоге приводит к неэффективности расходования бюджетных средств и низкому качеству услуг в социальной сфере. Активизация процесса преодоления наследия директивной экономики в российской социальной сфере совпала с нарастанием общемировой тенденции разгосударствления [3]. И международный, и отечественный опыт со всей определенностью показывают, что развитие честной открытой конкуренции за право оказывать услуги социальной направленности с использованием бюджетных средств не только существенно повышает качество самих услуг, но и позволяет сделать сам набор услуг более гибким, позволяет более полно учитывать потребности разных групп населения [2].

Эксперты рекомендуют постепенный и осторожный переход к обеспечению конкуренции на этом рынке, начиная с тех государственных (муниципальных) социальных услуг, организация которых

не требует серьезного инфраструктурного обеспечения и на оказание которых работает достаточный для конкурентной борьбы набор поставщиков [1]. Выявление таких сегментов рынка социальных услуг, оказываемых НКО, должно стать первым шагом на пути расширения участия НКО в оказании государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере в отдельном регионе, муниципалитете.

Цель настоящего социологического исследования состояла в системном изучении сегмента современного московского рынка услуг социальной направленности, оказываемых некоммерческими негосударственными организациями по поддержке семьи и детей, определение тенденций развития на основе сравнений с показателями аналогичного исследования 2008 г., определение потенциальных возможностей расширения участия некоммерческих негосударственных организаций г. Москвы в оказании государственных (муниципальных) услуг социальной направленности в области поддержки семьи и детей.

В настоящее время в Москве отсутствуют официальные статистические данные о некоммерческих организациях, осуществляющих поддержку семьи и детства. По нашим оценкам, их количество составляет около 650 организаций. В проведенном исследовании приняли участие 250 некоммерческих организаций. Можно говорить о сложившемся своеобразном костяке организаций московского третьего сектора, работающих в области поддержки семьи и детства более 10 лет. Эти организации имеют отличную репутацию и пользуются у потребителей их услуг заслуженным уважением, именно эти организации и накопленный ими опыт и можно рассматривать как основу ресурса диверсификации социальных государственных услуг.

Результаты исследования 2012 г. показали изменение масштабов деятельности отдельных НКО по сравнению с 2008 г. Так, увеличилась доля организаций (с 20 до 31%), работающих в рамках своего муниципального района, и, напротив, уменьшилась доля организаций (с 29 до 13%), объявляющих зоной своей деятельности несколько регионов страны или всю страну, увеличился процент организаций (с 73 до 83%), оказывающих помощь на постоянной основе. Таким образом, исследуемые московские НКО обретают большую территориальную специализацию, что, по нашим выводам, свидетельствует о возрастании их потенциала в качестве ресурса планирующейся диверсификации государственных социальных услуг.

Произошли изменения в ведущих направлениях деятельности московских НКО в области поддержки семьи и детства: увеличилась доля НКО (с 78 до 90%), ведущих культурно-досуговую деятельность с одновременным падением доли НКО, оказывающих юридическую (с 31 до 8,8%) и медицинскую (с 15 до 10%) помощь.

В 2012 г. удалось зафиксировать некоторое улучшение ситуации с помещениями, занимаемыми НКО. Это улучшение связывается с тем, что все больше организаций начинает работать по выполнению социального заказа (70% респондентов отметили, что их организации занимают помещение по договору соцзаказа).

Опрос НКО в 2012 г. показал, что изменились источники наполнения их бюджета: возрастание в их бюджете роли средств от собственной деятельности, поддержка муниципальных структур города. Последнее изменение корреспондирует с зафиксированными изменениями в географии деятельности НКО, также переходящей на муниципальный уровень.

Возрастание в бюджете НКО роли средств от собственной деятельности подтверждаются возрастанием доли организаций, оказывающих частично платные услуги и услуги на условиях частичной (неполной) оплаты (с 33 до 44%), с соответствующим снижением доли организаций, оказывающих исключительно бесплатные услуги (с 57 до 44%). Все это говорит о дальнейшем формировании рынка услуг, предоставляемых НКО, что можно расценивать как важное предварительное условие на пути к диверсификации государственных услуг.

По отзывам опрошенных НКО, ухудшились отношения между некоммерческими организациями и подразделениями правительства Москвы. Положительная динамика зафиксирована только во взаимоотношениях с муниципальными (районными) органами власти, на сотрудничество с которыми указало 64% НКО (в 2008 г. таких НКО было 29% от общего числа).

Наиболее эффективным путем решения проблем, с которыми сталкиваются некоммерческие организации Москвы, более половины опрошенных назвали увеличение объема финансовой помощи от правительства Москвы, что, очевидно, связано с ожиданиями НКО на получение работ по госзаказу. Судя по ответам на вопрос о стоящих перед НКО проблемах, вопрос несправедливой конкуренции с госучреждениями наряду с усложнениями конкурсных процедур по получению грантов от различных фондов и правительственных ведомств города Москвы становится в настоящее время для НКО одним из важнейших.

Литература

- 1 Аналитическая записка. Совершенствование институциональных условий функционирования некоммерческих организаций, привлечение некоммерческих организаций к предоставлению государственных (муниципальных) услуг (работ), развитие механизмов участия некоммерческих организаций в управлении предоставлением общественных услуг. М., 2011. – С. 16; strategy2020.rian.ru/load/366213821.
- 2 Справится ли государство в одиночку? О роли НКО в решении социальных проблем: доклад к XII Международной научной конференции Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» по проблемам развития экономики и общества. Москва, 5–7 апреля 2011. Рук. проекта Л. И. Якобсон. – М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2011.
- 3 Эксперт: Перевод государственных социальных услуг в сферу НКО – мировая тенденция; <http://strategy2020.rian.ru/news/20111206/366218662.html>.

Д.В. Руденкин

РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ИДЕОЛОГИЙ В ПРОГРАММАХ РОССИЙСКИХ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПАРТИЙ: РЕЗУЛЬТАТЫ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА

РУДЕНКИН Дмитрий Васильевич – кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры политологии и организации работы с молодежью факультета социологии УрГПУ, г. Екатеринбург. E-mail: d-rudenkin@yandex.ru

Среди отечественных политологов уже не первый год встречаются оценки, согласно которым роль политических партий в нашей стране (а возможно, и в мире в целом) меняется. Нередко встречаются мнения, что из деятельности партий исчезают аспекты, связанные с отстаиванием идеологий, и все большую важность приобретают управленческие ответы, предлагаемые для решения сиюминутных общественно-политических вопросов. Такую позицию, высказывали в своих работах, например, И.Г. Мелешкин [3, с. 128], Ю.Г. Коргунюк [2, с. 198] и др. Принимая аргументы ученых, которые придерживаются соответствующих взглядов, мы, тем не менее, задались вопросом, насколько это мнение доказуемо эмпирически. Поэтому мы поставили себе цель проверить верность такого предположения на основе анализа предвыборных документов нынешних российских партий¹².

Объектом нашего исследования стали предвыборные программы, подготовленные российскими политическими партиями накануне выборов в Государственную Думу 4 декабря 2011 г. Предметом анализа являлись ценностно-идеологические компоненты, актуализированные в этих программах. Наша исходная методологическая установка заключалась в том, что, поскольку идеология представляет собой некую систему взглядов на развитие общества, то ей должна быть характерна

¹² Исследование проведено при поддержке ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 гг., мероприятие 1.2.2, проект «Идеологические системы в поздней модерности: динамика и механизмы производства публичных пространств», соглашение № 14.А18.21.0514.

некоторая совокупность ценностей (которые как раз и выражают, какие именно цели для развития общества правильны, а какие ошибочны). В свою очередь, каждая ценность, в нашем понимании, может быть представлена в виде системы частных слов-индикаторов, обращаясь к которым с той или иной частотой, можно подчеркивать важность или, наоборот, второстепенность различных вопросов для общества. Соответственно, наш замысел заключался в том, чтобы при помощи контент-анализа выявить наиболее выраженные в программах партий частные слова-индикаторы, через которые можно было бы делать выводы о том, какие ценности выражает та или иная партия в своем предвыборном манифесте. Суммируя и сравнивая выраженность различных ценностей, мы предполагали установить, какой идеологии придерживается в своей программе та или иная партия.

Концептуально в своих рассуждениях мы отталкивались от трехчленной классификации идеологий, которую предлагал в своих трудах М. Валлерстайн. Напомним, согласно его взглядам, в истории человечества наиболее явно заявили о себе только три всеобъемлющих идеологических течения: консерватизм, либерализм и социализм [1, с. 75]. Отталкиваясь от этой трехчленной классификации и от идей, которые приписывал упомянутым идеологиям М. Валлерстайн, мы составили перечень ценностей, которые могут отражать взгляды каждой из них на развитие общества. Мы исходили из того, что *консерватизму* могут быть характерны ценности «патриотизм/державность», «нравственность», «стабильность», «семья», «порядок»; *либерализму* – «свобода убеждений», «свобода действий», «демократия», «личность», «собственность», «рынок», «закон», «права человека», «мир», «изменения»; *социализму* – «сильное государство», «социальные гарантии», «равенство», «солидарность», «труд», «здоровье», «борьба». При помощи толковых словарей и словарей синонимов мы подобрали по 10 конкретных слов-индикаторов, с помощью которых каждая из этих ценностей могла выражаться непосредственно в текстах предвыборных программ. В результате этих работ мы подготовили кодификатор контент-анализа из 23 ценностей и 230 слов-индикаторов, с помощью которого и проводился анализ предвыборных программ.

В итоге своего исследования нам удалось прийти к следующим выводам:

Во-первых, ценностное и идеологическое пространство, заданное предвыборными программами российских партий, было относительно гомогенным. В примерно равной степени были представлены ценности, характерные и либеральным, и консервативным, и социалистическим взглядам. Вдобавок, сама иерархия ценностей и степень интереса к ним в программах разных партий оказались в целом похожи. Лишь ценности «Стабильность», «Личность», «Труд», «Семья», «Права человека», «Патриотизм/Державность» и «Солидарность» стали своего рода дифференциалами: часто упоминались в одних программах и редко актуализировались в других.

Во-вторых, спектр ценностей, которые стали самыми популярными в программах партий, был ограничен. В основном в него вошли такие ценности, как «Закон», «Социальные гарантии», «Сильное государство», «Патриотизм», «Нравственность».

В-третьих, ценности каждой из идеологий были востребованы в предвыборных программах неравномерно. Среди либеральных ценностей востребованными оказались «Закон», «Демократия» и «Изменения»; среди консервативных – «Патриотизм/Державность»; среди социалистических – «Сильное государство» и «Социальные гарантии». Другие же ценности, характерные каждой из идеологий, были актуализированы в программах гораздо меньше. Особенно характерно это оказалось для либеральных ценностей: упоминания свободы, рынка, плюрализма встречались менее 5 раз даже в программах тех партий, которые позиционируют себя как либеральные.

В-четвертых, идеологически предвыборные программы российских партий представляли собой гибридные продукты: они не придерживались последовательно ценностей какой-то одной идеологии и строились скорее на синтезе разных взглядов. В целом можно говорить о тяготении тех или иных партий к ценностям консерватизма, социализма или либерализма. Однако даже те партии, которые тяготели к той или иной идеологии, в принципе были склонны обращаться в своих программах и к другим идеологиям (это особенно ярко видно по программе «КПРФ», где 86 раз упомянута ценность «Сильное государство» и одновременно 76 раз – «Демократизация»).

Итоговый вывод проделанной работы заключается в том, что идеологический компонент в программах, которые российские политические партии представили перед выборами в Государственную Думу в 2011 г., действительно отошел на второй план. Партии активно апеллировали к ценностям, допуская в том числе и эмоциональные суждения. Но с идеологическими догмами эти эмоциональные апелляции соотносились слабо: мировоззренческая дискуссия, которую можно было бы ожидать от сторонников разных идеологий, прослеживалась слабо. Перечень вопросов, которые подняли партии, оказался ограничен и у всех партий выглядел примерно одинаково. Кроме того, в идеологическом плане представленные партиями программы оказались гибридными: по сути, они обращались к любым ценностям, которые считали актуальными, не проявляя разборчивости в идеологических коннотациях этих ценностей.

Таким образом, исходное предположение об исчезновении идеологической составляющей в деятельности политических партий наш анализ в целом подтвердил.

Литература

- 1 Валлерстайн И. После либерализма: Пер. с англ. / Под ред. Б.Ю. Кагарлицкого. М. Едиториал УРСС. 2003. – 256 с.
- 2 Коргунюк Ю.Г. Правая, левая где сторона? Политические партии России в условиях разворачивающегося кризиса // Полития. 2009. № 2 (59). С. 195-209.
- 3 Мелешкин И.Г. Идеологический фактор в современной российской партийной системе. // Известия Российского Государственного Университета им. А.И. Герцена. 2008. № 49. С. 127-132.

А.Н. Сафронов **ЭМПИРИЧЕСКОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРАКТИК МОЛОДЕЖИ** **В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ**

САФРОНОВ Александр Николаевич – кандидат социологических наук, преподаватель кафедры философии и социологии Краснодарского университета МВД России. E-mail: alexperesvet@rambler.ru

Два десятилетия коренных общественных перемен в России значительно изменили облик страны, содержание и формы государственности, смысл и технологию управления социальными процессами. В данной ситуации нелегко приходится практически всем социальным слоям и группам, но едва ли не в первую очередь российской молодежи. Как известно, одним из ключевых признаков молодежной культуры выступает обретение идентичности и поиск своего «я». Однако в обществе риска данные процессы существенно затрудняются, обретают дисфункциональные черты. Именно проблемы самореализации молодежи в различного рода социальных практиках определяют и более широкие, масштабные социальные проблемы современной российской молодежи, нередко проявляющиеся в форме отклоняющегося поведения, социализации, социального развития. Интегрируясь в общественно-политические отношения и практики, молодежь реализует в них инновационную и воспроизводственную функции. Идентифицируясь с одними политическими идеями, отвергая другие, индифферентно относясь к третьим, молодое поколение способствует обновлению воспроизводству соответствующих идей и ценностей, реализации тех или иных социально-политических интересов.

В целях изучения молодежных политических практик в Краснодарском крае автором было проведено эмпирическое исследование. Объем выборки составил 580 человек в возрасте 16–28 лет, проживающие в г. Краснодаре и населенных пунктах Краснодарского края. В составе выборки: 270 человек мужского пола, 310 – женского. В Краснодаре опрошено 226 человек, в других населенных пунктах Краснодарского края – 354 человека. Метод исследования – раздаточное индивидуальное анкетирование [1].

В результате проведенного исследования были получены такие данные:

Таблица 1 Наиболее приемлемые для молодежи формы участия в общественно-политической жизни страны

Формы участия в общественно-политической жизни страны	% к числу опрошенных
1. Участие в выборах в органы государственной власти различного уровня	58,7
2. Участие в местном самоуправлении	17,5
3. Добросовестное исполнение своих гражданских и профессиональных обязанностей	22,0
4. Исполнение законов	29,2
5. Участие в различных политических организациях (партиях, движениях)	11,8
6. Участие в деятельности профсоюзов	3,4
7. Участие в акциях протеста (митинги, демонстрации, забастовки, голодовки)	14,7
8. Обращения в СМИ (телевидение, печать)	5,9
9. Затрудняюсь ответить	12,1
<i>Примечание. Множественные ответы, сумма превышает 100%.</i>	

Таблица 1 показывает, что наиболее распространенной формой участия в политической жизни страны опрошенной кубанской молодежи являются выборы в органы государственной власти различного уровня – 58,7%. Остальные формы участия в политической жизни страны не слишком востребованы молодежью. Так, 29,2% респондентов указали на исполнение законов; 22% – добросовестное исполнение гражданских и профессиональных обязанностей; 17,5% – участие в органах местного самоуправления. Наименее востребованные действия – обращения в СМИ (5,9%) и участие в деятельности профсоюзов (3,4%). Таким образом, обращает на себя внимание достаточно узкая вариативность политических практик кубанской молодежи, Участие большинства опрошенных в общественно-политической жизни страны ограничивается выборами в органы государственной власти, тогда как другие формы общественно-политической активности недостаточно распространены.

Таблица 2 Участие молодежи в выборах в различные органы власти

Вариант ответа	% к числу опрошенных
1. Хожу на любые выборы, стараюсь не пропускать	16,2
2. Хожу только на выборы в местные органы власти (мэра, городского советы депутатов и т. д.)	8,3
3. Хожу только на выборы в федеральные органы власти (Президент РФ, Госдума РФ)	38,6
4. Изредка участвую в выборах	27,4
5. Не хожу на выборы	9,5

Результаты опроса свидетельствуют о том, что большая часть респондентов, 38,6%, участвуют в выборах только в высшие федеральные органы власти. Обращает на себя внимание достаточно низкая политическая активность молодежи – изредка участвуют в выборах 27,4%, вообще не ходят на выборы 9,5%. Наибольшую активность демонстрируют лишь 16,2% респондентов – они стараются ходить на любые выборы (хотя в данном случае речь может идти и о финансовой, а не только альтруистической мотивации). Таким образом, можно констатировать, что электоральная активность большинства опрошенных молодых людей довольно низка, при этом около трети респондентов либо очень редко участвуют в выборах, либо вовсе не участвуют в них. Данный факт свидетельствует о том, что значительная часть кубанской молодежи оказывается отстраненной от ключевых общественно-политических процессов, проявляет инфантилизм, демонстрирует неверие в институт выборов.

Таблица 3 Согласны ли Вы с тем, что государство должно поддерживать молодежные общественно-политические организации?

Вариант ответа	% к числу опрошенных
1. Полностью согласен	26,5
2. Скорее согласен	38,1
3. Скорее не согласен	22,3
4. Абсолютно не согласен	10,1
5. Затрудняюсь ответить	3,0

Как показывают вышеприведенные данные, большинство опрошенной молодежи, 64,6%, в той или иной степени согласны с утверждением, что государство должно поддерживать молодежные общественно-политические движения (26,5% – полностью согласны, 38,1% – скорее согласны). Примерно треть опрошенных отражают противоположную точку зрения (10,1% – абсолютно не согласны, 22,3% – скорее не согласны). Таким образом, можно констатировать, что большинство кубанской молодежи демонстрирует ориентацию на государственную поддержку молодежных общественно-политических организаций.

Таблица 4 Участие молодежи в различных общественно-политических организациях (множественные ответы, сумма превышает 100%)

Вариант ответа	% к числу опрошенных
1. Политическая партия	6,8
2. Профсоюз	11,6
3. Клуб по интересам	4,3
4. Молодежное объединение	7,3
5. Молодежная организация	14,3
6. Орган местного самоуправления	3,2
7. Экологическая организация	9,9
8. Не состою ни в каких организациях	70,5

Таблица 4 показывает, что подавляющее большинство опрошенных – 70,5% – не состоят ни в каких общественных и политических организациях. Лишь незначительная часть респондентов является членами различных общественных и политических организаций. Так, 14,3% состоят в молодежных организациях; 11,6% – в профсоюзах; 9,9% – в экологических организациях; 7,3% – в молодежных объединениях; 6,8% – в политических партиях. Распределение ответов на данный вопрос демонстрирует определенную узость и ограниченность политических практик кубанской молодежи в аспекте участия в деятельности общественных и политических организаций.

Таким образом, можно отметить, что в современной России молодежь представляет собой, несмотря на наметившиеся позитивные изменения последних лет, во многом дистанцированную от участия в политическом процессе и деятельности политических институтов социальную группу, однако же, остающуюся для многих политических сил, главным актором политических практик, таких как митинги, собрания, демонстрации, акции протеста. Оценивая современную ситуацию в российской социологии молодежи, можно отметить возрастающий интерес к изучению молодежной политической активности, вовлеченности молодежи в политическую жизнь современной России, что обуславливает значимость исследования процессов институализации политических практик молодежи современной России. Около трети молодых россиян интересуется политикой и демонстрируют вовлеченность в политические практики. Но по сравнению с 1990 гг. наблюдается рост числа молодых людей, которые являются политически активными, осведомлены о событиях, происходящих в политической жизни современной России, задействованы в различных формах политического процесса, в том числе электоральной. Растет число членов структур, созданных во власти с целью привлечения молодежи к участию в управленческом процессе, таких как молодежные парламенты, молодежные советы. Все

большее число молодых людей выбирает политику в качестве своего профессионального самоопределения, участвует в массовых политических акциях, проводимых молодежными организациями. Существуют и негативные тенденции в процессах институализации молодежных политических практик, такие как рост молодежного политического экстремизма, который особенно опасен в среде молодежи и деструктивно влияет на общество. Несмотря на позитивные изменения последних лет, молодежь остается политически пассивной группой, так как лишь небольшое число молодых людей интересуется политикой по данным социологических исследований и еще меньший процент активно вовлечен в политические практики, такие как участие в избирательном процессе, митингах, шествиях и т. д.

Литература

- 1 Сафронов А.Н. Институциональные аспекты включенности молодежи в политические практики: Дисс. ... канд. соц. наук. – Краснодар, 2012.

А.В. Солопенко **СРАВНЕНИЕ ЭЛЕКТОРАЛЬНОГО ПОВЕДЕНИЯ ЖИТЕЛЕЙ РИГИ** **НА МУНИЦИПАЛЬНЫХ ВЫБОРАХ 2009–2013 гг.**

СОЛОПЕНКО Андрей Владимирович – магистр социологии, ассистент руководителя проектов Центра исследования рынка и общественного мнения SKDS, Рига. E-mail: andrejssol@inbox.lv

Цель данного исследования – сравнение электорального поведения жителей Риги, а также изучение объективных и субъективных факторов, влияющих на него. Участие в выборах является важным процессом, который характеризует политическую культуру и гражданскую позицию человека. С помощью него жители идентифицируют себя с государством, формируя орган законодательной власти – парламент и местный орган власти на муниципальных выборах.

В Латвии, начиная с возобновления независимости и до сегодняшнего момента, при участии в выборах довольно явно проявляется этнический раскол, когда латышский электорат преимущественно голосует за одни партии, а немалыши, в основном являющиеся русскоязычными, за другие. В тоже время в Риге, где латышский и русскоязычный электораты разделены практически равномерно на две части, на муниципальных выборах 2013 г., триумфально победила партия «Центр согласия», получив более 50% голосов избирателей и объединив, как латышский, так и русскоязычный электорат, что может свидетельствовать с одной стороны, как об уменьшении этнолингвистического раскола, либо о факторе местных выборов, на которых данный раскол может быть менее выразителен.

На основании исследования, проведенном с помощью Центра исследования рынка и общественного мнения SKDS в 2010 г., а также имеющихся опросных данных, полученных после муниципальных выборов 2013 г., автор выявил главные объективные и субъективные факторы, влияющие на электоральное поведение двух рассматриваемых групп.

Объективные факторы заключаются в том, что партии преимущественно концентрируются либо на латышском, либо на русскоязычном электорате, а все попытки создать партию, объединяющую в себе интересы, как латышей, так и русскоязычных оказывались, обречены на провал. Вследствие этого при голосовании избиратели в основном солидаризируются со своей этнической группой. Результаты выборов 2013 г. показали, что в тех местах, где в основном проживают латыши: микрорайоны частной застройки Агенскалнс и Биерини в юго-западной части города, Центральный район, а также Межапарк – на северо-востоке столицы, «Центр согласия» набрал меньше половины голосов. В тоже время наибольшее количество голосов этой партией было набрано в преимущественно русских спальных многоквартирных микрорайонах Курземского предместья в северо-западной части города и Латгальского предместья на юго-востоке Риги. Поэтому в первую очередь, благодаря повышенной поддержке своих русских сторонников, сконцентрированных в этих

двух предместьях столицы, и пониженной явке латышских избирателей, «Центр согласия» и получил такое большое количество голосов (см. рис. 1). Также данные опросов SKDS показали, что большинство латышей все же голосовали за другие партии, хотя определенная часть и поддержала «Центр согласия» тогда как русскоязычные избиратели целенаправленно отдавали голоса только им и не рассматривали альтернативы, что говорит о не появлении партии со смешанным электоратом.

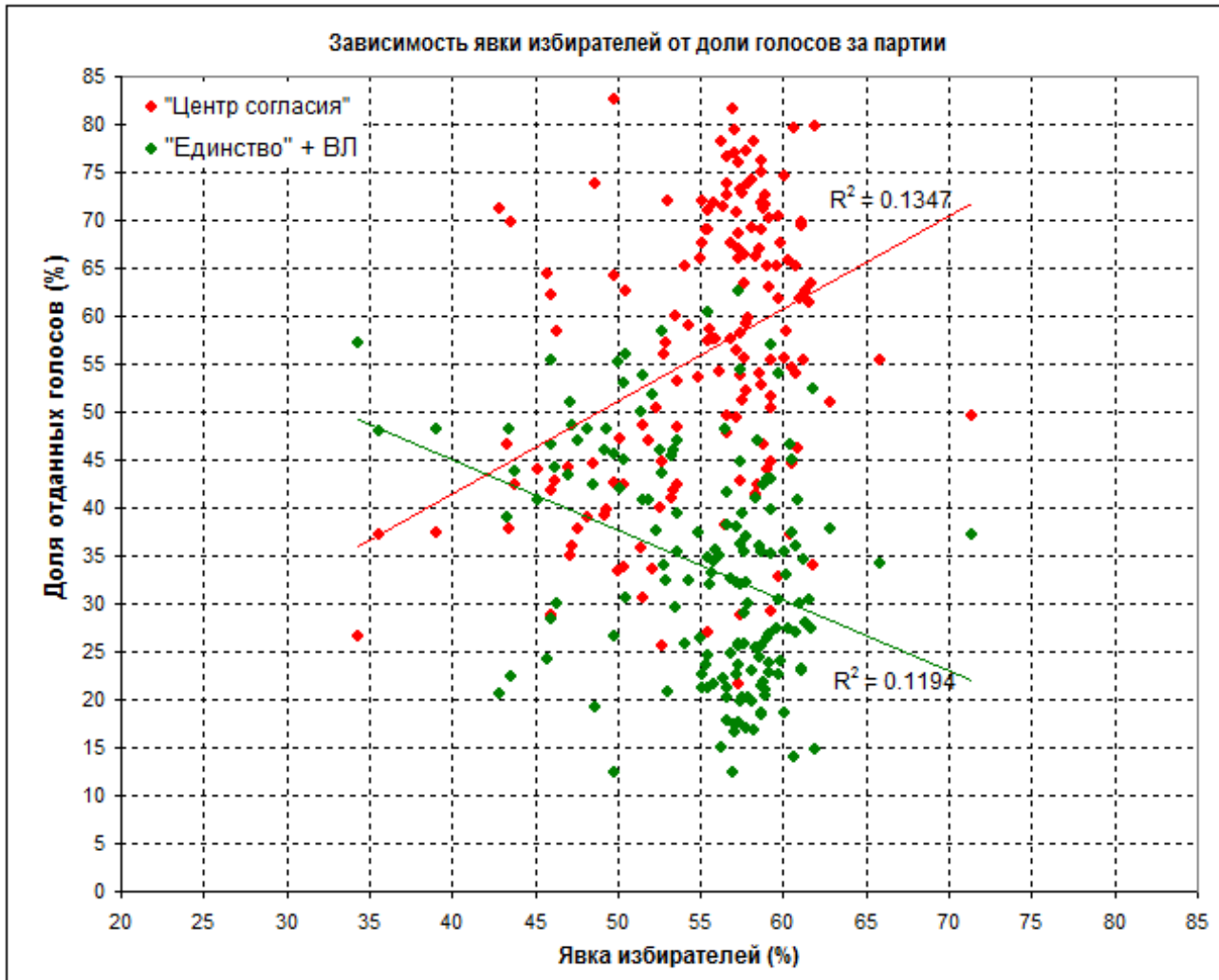


Рисунок 1 – Зависимость явки избирателей от доли голосов за партии¹³

Главным субъективным фактором, влияющим на электоральное поведение жителей Латвии, является социальная среда, в которой они находятся. Социальное окружение или социальная среда влияет на мнения индивида о текущих событиях, присваивая им особый смысл. Взаимодействуя с другими людьми и обмениваясь информацией, индивид приближается к распространенным в их среде политическим суждениям и мнениям. Люди склонны выбирать себе друзей и преимущественно общаться с теми, кто разделяет их взгляды, а также черпать информацию из тех информационных источников, которые разделяют их убеждения и которым они доверяют. Поэтому социальную среду формируют не только близкие люди, с которыми индивид общается постоянно, но и информационные каналы, посредством которых он получает информацию. В Латвии информационное пространство также разделено по этническому признаку и жители страны в основном получают информацию из

¹³ Данные для расчетов взяты с сайта ЦИК: <http://www.pv2013.cvk.lv/ResNovPart-0100.html> (см. 02.02.2014).

источников на своем языке и, контактируя преимущественно с представителями своей этнической группы, что показали результаты проведенного опроса.

Также на протяжении анализируемых выборов было замечено уменьшение общего количества участвующих в них партий, и снижение доли голосов, отданных за партии, не попавшие в Рижскую думу. Что говорит о проявлении психологического эффекта М. Дюверже в сокращении политических партий, участвующих в выборах и концентрации голосов избирателей среди партий, прошедших в думу [1]. Это может также указывать на стабилизацию структуры размежеваний, заключающихся в стабилизации политической системы. Что может привести к сохранению нынешнего этнического раскола на неопределенный срок и появлению в городе двух больших партий, ориентирующихся на латышский или русскоязычный электорат.

Литература

- 1 Дюверже М. Политические партии / Пер. с франц. 4-е изд. М.: Академический проект, 2007.

С.Г. Четошников ДОВЕРИЕ К ОРГАНАМ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ И ЭЛЕКТОРАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ

ЧЕТОШНИКОВ Станислав Геннадьевич – кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры социологических наук Кемеровского государственного университета. E-mail: sa-light@yandex.ru

В России традиционно муниципальные выборы отличаются низкой явкой избирателей (в сравнении с выборами регионального и федерального уровня). Причины этого явления могут быть различными. В частности, можно говорить об особенностях внутрирегиональной политической ситуации, специфичности региональных политических режимов и особенностях политической культуры населения. Однако, на наш взгляд, одной из фундаментальных причин, определяющих низкую явку на муниципальных выборах, является проблема доверия/недоверия к органам местной власти со стороны населения территорий. Действительно, в литературе отмечается, что недоверие к власти является одной из основных причин добровольного необъективного абсентеизма. Доверие в политическом аспекте – это эмоционально окрашенное, устойчивое отношение людей к политическим институтам, руководителям, выражающееся в их поддержке, в отождествлении личности, определении социальной группы с ними, в рассмотрении их как своих представителей [1].

Доверие (или недоверие) к органам власти и должностным лицам местного самоуправления определяется следующими составляющими:

- 1 Наличием соответствующей компетенции, необходимой для решения вопросов местного значения (объем реализуемых полномочий).
- 2 Наличием компетентности у должностных лиц органов местного самоуправления в соответствующих сферах деятельности (уровень профессионализма).
- 3 Наличием организационных, управленческих и финансовых ресурсов, необходимых органам и должностным лицам местного самоуправления для выполнения своих функций.
- 4 Эффективностью деятельности органов местного самоуправления.
- 5 Наконец, пониманием населением самостоятельности / зависимости органов местной власти от органов власти других уровней и способности должностных лиц представлять население.

Как показывают исследования федерального уровня, в России довольно низок уровень доверия к органам местного самоуправления. Органы местной власти слабо обеспечены кадровым составом, уровень финансовой обеспеченности их деятельности недостаточный. Отмечается недостаточный уровень профессионализма работников органов власти. Но, пожалуй, наиболее важный факт – органы местного самоуправления не являются самостоятельными. Усиливается их зависимость от органов региональной власти и местного бизнеса. Население в целом не верит в возможность влиять на местную власть [2]. Взаимодействие между местной властью и населением не солидаризировано, соответственно, уровень доверия к органам местного самоуправления в целом невысок [3].

Исследования, осуществляемые на уровне регионов, в целом подтверждают данный факт. В частности, проблема доверия населения к местной власти затрагивалась в мониторинговом исследовании «Кузбасс-политика», которое проводилось в Кемеровской области в 2009 г.¹⁴. Его результаты показывают, что именно участие в муниципальных выборах является основной формой взаимодействия населения и местной власти (около 11% опрошенных). Другие формы участия в политике не нашли популярности.

Одним из показателей уровня доверия к местной власти является частота обращения населения территорий к органам власти других уровней (в частности к представителям региональной власти). В качестве эмпирической базы для изучения данного вопроса были использованы обращения жителей Кемеровской области, размещенные на сайте губернатора Кемеровской области А.Г. Тулеева. Было проанализировано 256 сообщений за второе полугодие 2013 г. Из них 65 сообщений имеют характер благодарностей за удовлетворенные обращения граждан (при дальнейшем анализе они не учитывались). Анализ обращений, содержащих конкретные просьбы решения актуальных для граждан проблем (191 обращение) показал, что значительная часть из них касается решения вопросов местного значения. Среди них: 1) проблемы функционирования жилищно-коммунального хозяйства – 76 обращений (39,8%); 2) проблемы функционирования транспортной инфраструктуры в муниципальных образованиях Кузбасса – 26 обращений (13,6%); 3) получение льгот – 6 обращений (3,1%); 4) проблемы развития культуры и спорта – 4 обращения (2%). Остальные обращения (79 обращений) (41,3%) относятся к вопросам, находящимся в ведении региональной власти.

Наличие значительного количества обращений, адресованных представителям региональной власти, свидетельствует о слабом доверии граждан органам и должностным лицам местного самоуправления. В первую очередь это касается проблем жилищно-коммунального хозяйства. Примечательно, что значительная часть авторов обращений предварительно обращались в администрации муниципальных образований. Но их обращения остались неудовлетворенными.

Следствием невысокого уровня доверия к органам местной власти со стороны населения закономерно можно считать низкую явку избирателей на муниципальных выборах. С целью повышения электоральной активности населения на выборах в органы местного самоуправления были внесены существенные изменения в порядок проведения выборов – введен единый день голосования, что позволило объединить и совместить региональные и муниципальные выборы. Однако далеко не всегда данная мера приносит ожидаемый результат. В частности в Кузбассе на выборах мэра Новокузнецка в 2013 г. (которые были совмещены с выборами депутатов Областного Совета народных депутатов) явка избирателей составила всего 30% [4]. При этом необходимо отметить, Кузбасс относится к числу наиболее электорально активных регионов.

Изменение уровня доверия к местной власти потенциально возможно при усилении ресурсообеспеченности местного самоуправления, усилении политической конкуренции на местном уровне. Повышение уровня доверия к органам местного самоуправления может быть связано с

¹⁴ Исследование проводилось кафедрой социологических наук Кемеровского государственного университета (научн. руководитель – д-р социол. наук, профессор Л.Л. Шпак).

реализацией следующих сценариев изменения электоральной активности населения на муниципальном уровне:

Первый сценарий – децентрализация системы управления государством и демократизация системы местного самоуправления. Его реализация потенциально может быть связана с предоставлением органам местной власти необходимых ресурсов для выполнения их функций. Этот сценарий предполагает формирование более независимых от региональной власти органов местного самоуправления, усиление политической конкуренции. При реализации данного сценария уровень доверия к органам местного самоуправления и, соответственно, электоральная активность населения может значительно увеличиться.

Второй сценарий – частичная децентрализация при отсутствии реальной демократизации. Данный сценарий предполагает передачу на региональный уровень значительных по объему ресурсов, которые будут распределяться среди территорий, усиление политической конкуренции на уровне муниципального образования, но при сохранении сильной зависимости органов местного самоуправления от региональной власти. В рамках данного сценария электоральная активность населения может возрасти, но не в таких масштабах, как при первом сценарии.

Реализация данных сценариев в первую очередь будет определяться изменениями политической ситуации на федеральном и региональном уровнях.

Литература

- 1 Бушенева Ю. И. Социально-политические основания российского электорального абсентеизма // Известия Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена. 2007. Вып. 32. Т.11. С. 46.
- 2 Петухов В. В. Местное самоуправление и гражданское участие // Мониторинг общественного мнения. 2009. № 2 (90). С. 37–39.
- 3 Граждане оценивают местное самоуправление: итоги соцопросов; <http://my.samara.ru/~15mkr/admin/35059>].
- 4 Явка в Новокузнецке и Кемерово остается самой низкой на выборах в Кузбассе // Комсомольская правда; <http://kem.kp.ru/online/news/1530371>.

МЕТОДОЛОГИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ОБСЛЕДОВАНИЙ

М.М. Басимов ПСИХОЛОГИЧЕСКАЯ СОЦИОЛОГИЯ КАК МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ ПОДХОД СОЦИАЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

БАСИМОВ Михаил Михайлович – доктор психологических наук, профессор кафедры социологии Курганского госуниверситета. E-mail: basimov_@mail.ru

Работа выполнена при поддержке РФФИ, проект № 13-06-00525а.

Работа выполнена при поддержке РГНФ, проект № 12-03-00594-а.

Позитивистская (научная) социология сфокусирована на действиях людей, усматривает объективную реальность вовне, склоняется в сторону количественных данных (числовых измерений социального поведения). При этом сохраняется отстраненность ученых, проводящих измерения.

Интерпретативная социология сфокусирована на том смысле, который люди придают поведению (люди сами конструируют реальность в течение своей жизни), предпочитает качественные данные (восприятия исследователей, касающиеся того, как люди понимают окружающий мир). Исследователи общаются с людьми, выясняя, каким смыслом те наполняют свою повседневную жизнь.

В формулировке данных подходов в очередной раз видим противопоставление количественных и качественных методов, хотя в этом нет необходимости. В случае интерпретативной социологии под качественным исследованием мы по существу понимаем субъект-субъектные восприятия респондентов (объекты исследования) и исследователей. И те, и другие в каждом конкретном случае – это персональный психологический портрет.

И возникает две задачи:

- 1 Как люди (респонденты) оценивают реальность в зависимости от своих психологических особенностей?
- 2 Как исследователи (субъективно) воспринимают понимание окружающего мира другими людьми (респондентами) в зависимости от своих психологических особенностей?

Таким образом, качественность метода – это скорее всего его субъективность, которая может изучаться содержательно количественными методами для различных типологических субъект-субъектных взаимодействий, реализующих количественно содержание так называемого качественного исследования, когда исследование проводится в рамках единичного субъект-субъектного взаимодействия, и субъекты никак не заданы, кроме того, что один – это исследователь, а другой – респондент.

Мы рассмотрим первую задачу (исследователей рассматривать не будем) как традиционный научный подход с использованием наших статистических методов [1–4] выявляет психологические особенности групп респондентов, так или иначе ответивших на вопрос социологической анкеты с номинальными вопросами.

Для иллюстрации предлагаемого метода нами использованы данные, полученные в рамках исследования по изучению процесса профессионального самоопределения студентов. В исследовании одновременно использовались как социологическая анкета, так и психологические тесты. Мы

подробно остановимся на описании групп студентов, ответивших так или иначе на вопрос: «**Основные мотивы поступления в учебное заведение**» (17 ответов) в рамках личностной типологии по методике Дж. Олдхема и Л. Морриса, определяющей «Тип личности» и «Вероятностные расстройства» данного типа. В предлагаемой методике представлены 14 категорий типов личности. Персональный тип – это неповторимая смесь 14 типов. Все 14 стилей нормальны и универсальны, и хотя любая личность имеет сильные и слабые стороны, нет ничего ненормального в доминировании одного типа или недостатке другого. «Персональный Автопортрет» – это иллюстрация богатства и многообразия отличий среди всех нас. Ниже перечислены 14 типов и соответствующих им расстройств (в скобках):

Таблица 1 Типы личности и соответствующие им расстройства

№	Тип личности и соответствующих им расстройств	Сокращенное обозначение
1	Тип (А) Бдительный (Параноидальный)	TL-A
2	Тип (В) Отшельник (Шизоид)	TL-B
3	Тип (С) Идеосинкротический (Шизопатия)	TL-C
4	Тип (D) Авантюрный (Антисоциальный)	TL-D
5	Тип (Е) Деятельный (Активность на грани срыва)	TL-E
6	Тип (F) Драматический (Неестественное актерство)	TL-F
7	Тип (G) Самоуверенный (Нарциссизм)	TL-G
8	Тип (H) Чувствительный (Уклонение)	TL-H
9	Тип (I) Преданный (Зависимый)	TL-I
10	Тип (J) Добросовестный (Навязчиво-принудительный)	TL-J
11	Тип (K) Праздный (Пассивно-агрессивный)	TL-K
12	Тип (L) Агрессивный (Садист)	TL-L
13	Тип (M) Альтруистический (Самоуничижение)	TL-M
14	Тип (N) Серьезный (Депрессивный)	TL-N

Всего в задаче рассматривали 4 вопроса с номинальными ответами социологической анкеты, которые использовались для построения групп, сравниваемых в дальнейшем по психологическим параметрам личностного теста (в задаче, результаты которой мы приводим, использовались и другие интервальные данные – результаты ответов на анкеты и опросники).

Следующие мотивы поступления в учебное заведение в рамках методики «Тип личности» не отличаются преобладанием того или иного типа в рамках изучаемой типологии: «Реализация способностей, склонностей» (ответ 1); «Желание получить профессию» (ответ 3); «Маленький конкурс или его отсутствие» (ответ 4); «Расширение возможностей трудоустройства после обучения» (ответ 6); «Имелись бюджетные места» (ответ 7); «Возможность в будущем заниматься интеллектуальным трудом» (ответ 10); «Небольшая стоимость обучения в этом учебном заведении» (ответ 13).

Сравнительные психogramмы этих групп не отличаются богатством проявления изучаемых параметров (сравнительные весомости параметров меньше по модулю 200) и их мы не будем приводить.

Другие мотивы поступления в учебное заведение определяют специфические черты респондентов, которых охарактеризуем в рамках методики «Тип личности».

Мотив «Способ временного «спасения» от службы в армии» (ответ 2) в психологическом плане выявляет прежде всего Праздный (K) тип (+660), отчасти Агрессивный (L) тип (+282). Сравнительная психogramма группы:

Таблица 2 Сравнительная психogramма группы респондентов, выбравших в качестве мотива для поступления уклонение от службы в армии

Компонента типа личности	Сравнительная весомость
TL-K	660
TL-L	282
TL-J	131
TL-M	119
TL-D	62
TL-N	46
TL-C	44
TL-H	38
TL-E	33
TL-F	31
TL-B	18
TL-G	1
TL-A	-6
TL-I	-9

Мотив «Престиж учебы в этом учебном заведении» (ответ 5) в психологическом плане выявляет прежде всего Агрессивный (L) тип (+310); в меньшей степени Авантюрный (D) тип (+200).

Мотив «Уникальность специальности, которую предлагает данное учебное заведение» (ответ 8) в психологическом плане выявляет Драматический (F) тип (+312), но одновременно неидеосинкратический (не C) тип (-238).

Мотив «Учебное заведение находилось рядом с домом» (ответ 11) в психологическом плане выявляет со знаком «-» прежде всего Идеосинкратический (C) тип -569) и Деятельный (E) тип (-565); в меньшей степени Самоуверенный (G) тип (-244) и Альтруистический (M) тип (-214). Таким образом, это неидеосинкратический, недеятельный, несамоуверенный и неальтруистический тип.

Мотив «Некуда было идти после школы» (ответ 15) в психологическом плане выявляет со знаком «-» Добросовестный (J) тип (-477), т.е. обладателям данного мотива свойственна недобросовестность.

Отдельно можно отметить тех, кто затруднился дать ответ на этот вопрос (ответ 16), которых в рамках рассматриваемой типологии личности можно охарактеризовать как Праздный (K) тип (+983), и в значительно меньшей степени как Преданный (I) тип (+220).

Большинство номинальных ответов анкеты (18 из 32) выбирают представители определенных ярко выраженных психологических типов. Значит, психологический тип определяет (порождает) тот или иной мотив профессионального самоопределения студента вне зависимости от специальности, а ответы на вопросы социологической анкеты становятся содержательно понятными, когда они дополнительно высвечиваются психологически.

Вебер считал, что ключ к интерпретативной социологии заключен в немецком слове *Verstehen*, которое означает «понимание», ведь задача ее последователей не только наблюдать за людьми, но и войти в их понимание смысла мира, чтобы оценить, почему они поступают именно так, а не иначе.

Литература

1. Басимов М.М. Изучение статистических связей в психологических исследованиях: Монография. – Москва: Из-во Московского психолого-социального института, 2008. – 432 с.
2. Basimov M.M. Mathematical methods in psychological research (Nontraditional methods). Monograph. – Germany, Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, 2011. – 185p.
3. Басимов М.М. Множественное сравнение в социологических исследованиях: Монография. Курган: Курганский государственный университет, 2012. – 224 с.

Е.Г. Васильева
МЕТОД ДИСКУССИОННОЙ ПЛОЩАДКИ И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ
В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ОПРОСАХ

ВАСИЛЬЕВА Елена Геральдовна – кандидат философских наук, доцент кафедры социологии Волгоградского госуниверситета. E-mail: vasilievaeg@yandex.ru

Специфика современного общества определяется новыми тенденциями коммуникативного дискурса, связанными с требованиями свободы и независимости в отношении информирования и правом участия в выработке значимых легитимаций социального действия. Соответственно, повышается статус новых элементов институциональной системы социальной коммуникации – общественных дискуссионных площадок, ориентированных на открытый и равноправный диалог, предполагающего равенство статусов участников в выражении определенной точки зрения, непосредственный обмен мнениями в процессе дискуссии и прямую аргументацию своей позиции.

Сопровождение дискуссионных площадок выступает одним из наиболее перспективных направлений социологической работы и определяет необходимость методической концептуализации темы как одной из разновидностей опросных технологий. Обобщение опыта проведения дискуссионных площадок в региональной практике позволило выделить следующий ряд специфических характеристик.

1. Формируются устойчивые области (сфера) применения данного метода: во-первых, его применение в подавляющем большинстве случаев связано с продвижением гражданских инициатив и реализуется в рамках деятельности организаций некоммерческого сектора – проведения социальных форумов и конференций; выработке консолидированных решений в процессе межсекторного взаимодействия (переговоров); во-вторых, данный метод достаточно активно применяется в практике деятельности общественно-политических движений (партий), прежде всего в рамках выборных кампаний, например, встреч с избирателями (хотя в этом случае наблюдается определенная девальвация метода, связанная с задачами агитации и пропаганды); в-третьих, он все чаще стал использоваться в качестве составного элемента института общественной экспертизы в процессе выработки управленческих решений, например, в рамках проведения общественных слушаний (в этом случае также наблюдается девальвация метода, связанная с нарушением процедурных требований организации дискуссии), а также в рамках работы общественных экспертных советов.

Следует отметить, что рассмотрение сферы применения дискуссионной площадки как метода, связанного с социологическими опросными технологиями, основано на разграничении (различении) данного метода и группы традиционных методов экспертной оценки – методов мозгового штурма (в том числе, метода дискуссий, конференции), применяемыми в управленческом консалтинге. Данное различие связано со способом формирования и характером обследуемой совокупности респондентов: в этом случае социолог не влияет на отбор экспертов, а респонденты-эксперты представляют гетерогенную общность.

2. Указанные обстоятельства определяют основное функциональное назначение метода. Во-первых, метод дискуссионной площадки, в отличие от массовых опросных методов, ориентирован на выявление не типовых структурных, а *динамических особенностей* формирования общественного мнения, основанных на информационных влияниях. Во-вторых, в отличие от экспертных проективных методов, он ориентирован на фиксировании *консолидированного* мнения, учитывающем необходимость выработки единого понимания общественного блага, т.е. основанного на большем или меньшем разделении (принятии, отторжении) определенных вариантов трактовки общественных ценностей как мотиваторов массового социального действия. Кроме того, он позволяет сформировать

первоначальное представление о референтных «трансляторах» определенных групп ценностей – информационно-коммуникационных влияниях, связанных, например, с институтами СМИ или лидерами общественного мнения.

Основная задача социолога в этом случае заключается в том, чтобы выявить нюансы понимания ценностей-смыслов, развертываемых в различных текстуализированных формулировках, учесть варианты их интерпретации и выявить возможные риски коммуникационного доминирования определенных значений, например, влияния альтернативных пониманий.

3. Процедура применения метода дискуссионной площадки как социологического исследовательского метода основана на совмещении элементов различных методов, например, анкетирования (применяется, как правило, либо в начале, либо в конце исследования); фокус-группы (готовится организационный сценарий, хотя модерирование дискуссии со стороны социолога исключается), проективных методов экспертной оценки (введение данных методов определяется масштабами дискуссионной площадки), включенного наблюдения, контент-анализа. Однако в наибольшей степени дискуссионная площадка соотносится с новыми социологическими опросными методами и, прежде всего, методом обогащенного общественного мнения, интенсифицирующим процедуру социологического анкетирования.

4. Основные процедурные требования метода – свободная дискуссия и принцип открытого пространства (т.е. организация дискуссии в изначально гетерогенной и/или постоянно перемешиваемой по ходу дискуссии группе экспертов) – позволяют зафиксировать разнообразие информационно-коммуникационных влияний. Данные требования, в свою очередь, основаны на принципах и требованиях процедур «коммуникативного диалога», предполагают соблюдение определенных правил организации и проведения дискуссии, прежде всего, принципов открытости, добровольного участия, равноправия мнений и соблюдения процедурных правил, обеспечивающих выработку согласованной позиции – выдвижении тезисов, их оценки, принятии и дополнительной аргументации идей, непринятии и четком обозначении критически оцениваемых элементов, выдвижении альтернативных идей; повторном обсуждении тезисов.

4. Специфические социологические процедурные особенности применения метода соотносятся, во-первых, с предварительной и текущей (осуществляемой непосредственно по ходу дискуссии) информационной проработкой темы и подготовкой раздаточных материалов – памяток, кратких сообщений, исходных тезисов по обсуждаемой теме, которые выдаются в начале дискуссии, а также подготовкой дополнительных информационных материалов, которые выдаются на последующих этапах дискуссии и фиксируют основные достигнутые результаты (выдвинутые идеи, альтернативные тезисы). Использование данных материалов позволяет оптимизировать дискуссию и достичь необходимой цели – выработки консолидированного решения.

А.Ю. Губанова

МЕТОДИКА ОЦЕНКИ КОНТЕНТА ДЛЯ ДЕТЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ

ГУБАНОВА Александра Юрьевна – магистр социологии, научный сотрудник отдела социологии, психологии и педагогики детского чтения Российской государственной детской библиотеки. E-mail: alexandra.gubanova@gmail.com

Интернет проникает во все большее число сфер человеческой жизни и дети, конечно же, не становятся исключением. Последние опросы показывают, что возраст вхождения в Интернет в России снижается – для всей страны это 10 лет, для крупных городов, таких как Москва и Санкт-Петербург – 9 лет [1]. Это влечет за собой обеспокоенность родителей качеством тех ресурсов, на которые может попасть ребенок, а значит, возрастает степень актуальности методов отбора и оценки качественного, позитивного и безопасного Интернет-контента для детей.

Однако недостаточно описать требования к безопасным и позитивным сайтам для детской аудитории, необходимо также понимать, будет ли данный ресурс интересен ребенку. Только ребенок может сказать, что ему действительно интересно и нужно, поэтому необходимость разработки специальной методики опроса не вызывает сомнений.

Нами было выделено две группы детей-респондентов – в возрасте от 7 до 11 лет и от 12 до 14 лет. В возрасте 7–8 ребенка нужно спрашивать о том, что доступно его опыту и практической проверке, поскольку только в этом случае возможно получение адекватных ответов. Это может быть объяснено тем, что речь и мышление детей 7–8 лет являются аутистическими (личными, направленными только на внутренние переживания) только в отношении тех объектов, явлений, где они не способны еще мыслить связно и логично. Поэтому мы полагаем, что в этом возрасте возможно проведение кратковременных интервью по вопросам, напрямую связанным с актуальным поведением детей [2]. В возрасте 9–10 лет дети переходят от житейских понятий к научным, а к 10–11 годам ребенок осознает определенные понятия, им употребляемые, становится способным к наблюдению над собственными мыслительными опытами [2]. В подростковом возрасте предпочтительным методическим инструментом для проведения опроса является анкета, так как незнакомому для ребенка взрослому-социологу практически невозможно сразу установить доверительный, рабочий контакт с подростками для проведения индивидуального интервью, что может быть объяснено спецификой взаимоотношений детей этого возраста со взрослым миром [3]. В силу описанных выше особенностей каждой из возрастных групп, а так же потому, что дети могут быть отнесены к группе респондентов, которые обладают низким уровнем искренности (он составляет около 68%) [4], мы придерживаемся позиции, что для опроса детей необходимо применять специализированные методики, разработанные для конкретной цели. Также нами был разработан, в дополнение к форме для оценки сайтов, специальный опросный лист. Лист для интервьюеров включал наводящие вопросы, которые можно было задавать респондентам в случае обнаружения непонимания формулировок или необходимости уточнения, для правильного понимания ответа. Такие как: «Как тебе этот сайт?», «Что именно тебе нравится / не нравится? Что ты скажешь о цветах сайта? Они тебе нравятся?».

Для проведения оценки контента для детей в Интернете взрослыми-экспертами, работающими с детьми дошкольного возраста, и подростками нами была разработана методика, включающая в себя форму для оценки сайтов по выработанным критериям. Форма включала в себя следующие критерии, которые необходимо оценить по 2-бальной шкале (0 – параметр отсутствует, 1 – параметр присутствует на сайте):

- 1 Информация на сайте интересна целевой аудитории сайта, содержит обучающие и развивающие материалы.
- 2 Тексты написаны грамотным русским (иностранном) языком (не допускается употребление сленга).
- 3 Реклама на сайте соответствует тематике, возрастным ограничениям. Нет «вредной» рекламы.
- 4 Цветовое решение сайта (отсутствие контрастных, не сочетаемых, чересчур ярких цветов в оформлении).
- 5 Изображения (изображения на сайте должны соответствовать его содержанию, нести смысловую нагрузку, не отвлекать от контента).
- 6 Несложная навигация, ясная структура сайта, удобное меню, наличие простого и расширенного поиска по сайту.
- 7 Скорость загрузки страниц сайта не должна превышать 5 секунд.
- 8 Обновление информации на сайте должно происходить регулярно (пример: регулярное обновление новостной ленты на сайте).
- 9 Содержание сайта не устарело, контент актуален.

Также в форме отводилось место для краткого описания содержания рассматриваемого сайта и общего заключения по сайту, куда интервьюер записывает замечания респондента в свободной форме.

Для проведения массового опроса детей в игровой форме была разработана анкета для самостоятельного заполнения ребенком. Опросник был составлен так, чтобы время заполнения не превышало 15 минут на один сайт. Участникам игры-опроса было предложено совершить путешествие по стране лучших сайтов «Веб-ландии»¹⁵: «В нашей стране «Веб-ландии» путешествуют по сайтам. Тебе сегодня выпала роль первопроходца по «Веб-ландии». Выбери сайт, который тебе покажется интересным. И напиши в выданном тебе Дневнике путешественника свои впечатления об этом сайте (ответь на предложенные вопросы)». Вопросы анкеты содержали в себе перечисленные выше критерии оценки сайтов, адаптированные для понимания детей и подростков. Опросник состоял из 9 закрытых вопросов и 5 открытых, включая социально-демографический блок. С помощью вопроса «Мне особенно запомнилось из путешествия», мы выясняли, какие именно разделы сайта наиболее интересны для ребенка, что на сайте ему особенно понравилось, вопрос «Мне бы хотелось, чтобы мои друзья тоже увидели (*Впиши, что бы ты посоветовал посмотреть*)» был задан с целью получить информацию о том, что может быть интересно данной возрастной группе в целом. Также участникам опроса было предложено написать, чего на их взгляд не хватает на сайте («Во время путешествия мне не хватало (*Напиши, что бы тебе хотелось еще увидеть на сайте*)») и высказать общее впечатление о сайте в целом, ответив на вопрос: «Скажи, пожалуйста, тебе понравилось путешествие?». Таким образом, мы получили как статистические результаты, посредством закрытых вопросов, так и развернутые ответы на открытые вопросы анкеты. Это позволило собрать и обобщить качественную и количественную информацию о посещаемых детьми сайтах, так как, как было сказано выше, дети выбирали сайты самостоятельно, исходя из своих личных интересов.

Проведение апробации данной методики позволило получить интересные результаты. Разработанные критерии могут быть применимы для опроса детей по оценке контента сайтов самими детьми, поскольку ни один из вопросов анкеты не вызвал затруднения у детей-респондентов.

Данная методика позволяет наглядно продемонстрировать, по каким критериям сайт не «дотягивает» до необходимого уровня, по мнению детей, что позволит разработчикам и создателям ресурсов в дальнейшем усовершенствовать их именно по этим показателям. Так же преимуществом данной методики является достаточно высокая степень объективности, поскольку она предполагает оценку конкретных параметров, а не только субъективное мнение респондента или эксперта в отношении качества того или иного сайта.

Литература

1. Итоговый отчет исследования «Дети России онлайн» // Официальный сайт проектов Фонда Развития Интернет. [Электронный ресурс] М., 2011; http://detionline.com/assets/files/helpline/Final_Report_05-29-11.pdf.
2. Щеглова С.Н. Как изучать детство? Социологические методы исследования современных детей и современного детства // Официальный сайт Молодежного Творческого объединения ЮНПРЕСС. [Электронный ресурс], М., 2000; <http://www.ynpress.ru/cgi-bin/main.cgi?action=show&dir=metodbiblioteka&file=11>.
3. Майорова-Щеглова С.Н. Особенности проведения социологических исследований: при исследовании детства // Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат.слов.-справ. / Под ред. Ж.Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013. – С. 351–353.

¹⁵ Рекомендательный сервис детских интернет-ресурсов «Веб-ландия», созданный Российской государственной детской библиотекой совместно с библиотеками страны; <http://web-landia.ru>.

И.Н. Дементьева
МОНИТОРИНГ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ИССЛЕДОВАНИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ СИТУАЦИИ В РЕГИОНЕ

ДЕМЕНТЬЕВА Ирина Николаевна – младший научный сотрудник лаборатории исследования социальных процессов, ИСЭРТ РАН (г. Вологда). E-mail: irinika_74@mail.ru

Важнейшую роль в оптимизации процесса управления играет формирование систем обратной связи между обществом и властью. Они позволяют более адекватно оценивать эффективность экономической и социальной политики, полнее учитывать интересы различных групп населения при разработке и реализации управленческих решений. Степень включенности оценок и суждений общественности в практику деятельности органов власти и управления является показателем открытости общества, обеспеченности в нем гражданских прав и свобод, одним из основных критериев демократичности политического устройства государства. Игнорирование общественного мнения снижает инициативу и активность граждан, ослабляет престиж власти, порождает социальную напряженность, способствует формированию конфликтной среды и приводит к резким формам социального протеста.

Обращение к общественности необходимо не только в случае возникновения проблемных ситуаций, но и тогда, «когда в обществе все благополучно, ибо принимать и реализовывать решения, затрагивающие жизненно важные интересы людей, нельзя, не считаясь с их пожеланиями, волей и интересами» [3].

Наиболее оптимальной формой получения достоверной, своевременной и достаточной информации о процессах, происходящих в различных сферах жизнедеятельности общества, является регулярный мониторинг оценок населения.

Коллектив авторов ИСЭРТ РАН под руководством д.э.н. В.А. Ильина под социально-экономическим мониторингом понимает специально организованную и постоянно действующую систему наблюдения, сбора, оценки и распространения информации, диагностики экономической и социальной обстановки, складывающейся на территории, анализа тенденций развития и остроты проблем, а также подготовки рекомендаций по принятию рациональных управленческих [4].

Под режимом взаимодействия власти и общественного мнения понимается обобщенная характеристика меры его реальной включенности в принятие политических решений, управление делами государства и общества и возможностей для функционирования, предоставленных властными институтами. Мера включения оценок и суждений общественности в практические решения органов власти и управления является показателем открытости общества, уровня развития в нем важнейших прав и свобод, наконец, одним из критериев демократичности политического устройства государства [1].

В соответствии с тем, что мониторинг служит информационно-аналитической базой для формирования обоснованной социальной политики и оценки ее достижений, главную цель его функционирования следует определить как обеспечение органов управления информацией о складывающейся социальной ситуации и тенденциях ее изменения. Следовательно, основными задачами проведения мониторинга являются:

- 1 организация наблюдения, получение достоверной и объективной информации об экономическом положении и социальном самочувствии населения, степени обеспеченности конституционных прав и свобод;

- 2 оценка и системный анализ получаемой информации, выявление причин, вызывающих тот или иной характер протекания процессов;
- 3 обеспечение информацией, полученной при осуществлении мониторинга, органов представительной власти, структур государственного и муниципального управления, политических и общественных организаций, граждан;
- 4 разработка прогнозов изменения экономического положения и социального самочувствия населения;
- 5 подготовка рекомендаций по преодолению негативных и поддержке позитивных тенденций, направление выработанных рекомендаций соответствующим органам власти и управления [2].

Рассматривая практику региональных измерений массовых оценок экономической и политической ситуации, остановимся на опыте Института социально-экономического развития территорий РАН (ранее ВНКЦ РАН, ВНКЦ ЦЭМИ РАН), который с 1995 г. с использованием методических подходов Института социально-политических исследований РАН (академик Г.В. Осипов) ведет мониторинг общественного мнения на территории Вологодской области [5].

Институт социально-экономического развития территорий РАН на протяжении двух последних десятилетий ведет систематический мониторинг экономического положения и социального самочувствия населения Вологодской области. Необходимость такой работы обусловливается тем, что для глубокого всестороннего исследования процессов, происходящих в различных сферах общественной жизни, недостаточно традиционно используемой официальной статистической информации.

Первые измерения общественного мнения были проведены ИСЭРТ РАН в 1993 г. на территории городов Вологды и Череповца, а также трех муниципальных районов области (Великоустюгского, Вожегодского, Кирилловского). С осени 1995 г. строится областная репрезентативная выборка. Регулярно, один раз в каждые два месяца, опрашивается 1500 человек в городах Вологде и Череповце и восьми районах области (Бабаевском, Великоустюгском, Вожегодском, Грязовецком, Никольском, Тарногском, Шекснинском).

Структура по сбору, обработке и анализу информации включает в себя анкетеров в каждой точке опроса, координирующих их деятельность руководителей опроса на местах и сотрудников головного центра (непосредственно ИСЭРТ РАН), в функции которого входит общая координация работ, обработка и анализ информации. Большую поддержку, в том числе финансовую, этой работе оказывает Правительство Вологодской области.

Мониторинг дает широкий срез информации о социальном самочувствии и экономическом положении, политических настроениях населения. Он используется для анализа и оценки эффективности социального управления, а также при разработке проектов перспективных программ регионального развития.

Получателями сравнительных данных о результатах каждого этапа мониторинга являются службы Правительства Вологодской области и органов местного самоуправления, депутаты Законодательного Собрания и представительные органы власти муниципальных образований, общественные организации, предприятия, учреждения социальной сферы, средства массовой информации и другие (всего более 400 адресов). Столь широкий спектр потребителей информации позволяет давать гласную оценку реакции регионального сообщества в целом или отдельных его групп (территориальных, половозрастных, социально-профессиональных и т.д.) на результаты деятельности властных структур различных уровней в тех или иных сферах общественной жизни.

Основные блоки вопросов:

- оценка населением политической и экономической ситуации в стране, регионе;
- восприятие людьми актуальных проблем современной жизни;
- материальное положение, социально-экономическая стратификация;

- уровень потребления и потребительские настроения;
- социальное самочувствие и удовлетворенность жизнью;
- отношение людей к политике властных структур, оценка их деятельности;
- уровень социального доверия политическим и общественным институтам;
- степень социальной напряженности и потенциал социального протеста;
- социальный капитал и потенциал развития гражданского общества;
- оценка личной безопасности и правопорядка;
- население и средства массовой информации.

За прошедший период исследований отработаны методические подходы к измерению экономического положения и социального самочувствия населения территории (метод анализа динамических рядов); выявлены особенности общественных настроений основных социально-демографических групп и категорий населения, проживающих в административно-территориальных образованиях различных типов; изучена специфика характера изменений общественных настроений на различных этапах развития страны: «квазистабильзация» середины 1990-х гг. и постдефолтный период конца 1990-х гг., период экономического роста и общественно-политической стабильности 2000-х гг. и глобального финансового кризиса конца первого десятилетия XXI века.

Проводимая ИСЭРТ РАН работа получила положительную оценку со стороны как академических, так и государственных структур.

Сформированная в ИСЭРТ РАН организация мониторинга общественного мнения является во многом уникальной для регионального уровня в России, что связано прежде всего с ее системностью, регулярностью и комплексностью охватываемых проблем.

Начиная с 2005 г. ИСЭРТ РАН распространяет наработанный опыт на территорию других регионов, входящих в состав Северо-Западного федерального округа. С 2005 по 2010 г. было проведено 7 опросов на территории 10 субъектов СЗФО.

Таким образом, современный этап развития социально-экономических процессов в России требует надежного информационного обслуживания всех уровней власти. Наличие достоверной, своевременной и достаточной информации о процессах, происходящих в различных сферах жизнедеятельности общества, является необходимым условием организации эффективного управления его развитием. Восполнить недостаток аналитической и прогнозной информации призвана организация системы мониторинга социально-экономического развития области.

Организация и осуществление регулярного мониторинга, использующего передовые технологии и современные средства и методы предоставления информации, должны способствовать повышению обоснованности и эффективности решений, принимаемых на всех уровнях управленческой иерархии.

Литература

- 1 Гавра Д.П. Общественное мнение и власть: режимы и механизмы взаимодействия // Журнал социологии и социальной антропологии. – 1998. – Том 1. – Вып. 4. Режим доступа: <http://jourssa.ru/1998/4/gavra.html>.
- 2 Когут А.Е., Рохчин В.С. Информационные основы регионального социально-экономического мониторинга. – СПб.: ИСЭП РАН. – 1995.
- 3 Лексин В.Н., Селиверстов В.Е., Швецов А.Н. О формировании государственной системы мониторинга социально-экономической, национально-этнической и политической ситуации в регионах Российской Федерации // URL: <http://www.ieie.nsc.ru>.
- 4 Мониторинг развития муниципальных образований. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН. – 2002.
- 5 Тенденции и проблемы развития региона: Научные труды: В 3 ч. – Ч. 1.: Становление и стратегия развития рыночной экономики. – Вологда: ВНКЦ ЦЭМИ РАН. – 2005.

А.Ю. Домбровская
СОПОСТАВИМОСТЬ И ВОСПРОИЗВОДИМОСТЬ ДАННЫХ АНАЛИЗА ИНТЕРНЕТ-КОНТЕНТА И ОПРОСНЫХ МЕТОДОВ В ИЗУЧЕНИИ СОЦИАЛЬНЫХ МЕХАНИЗМОВ ВЗАИМОПОМОЩИ ИНВАЛИДОВ (РЕЗУЛЬТАТЫ МЕТОДИЧЕСКОГО ЭКСПЕРИМЕНТА)

Домбровская Анна Юрьевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социально-культурной деятельности ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт искусств и культуры». E-mail: an-doc@yandex.ru.

Постановка и формулирование заявленной темы, помимо научной значимости и практической остроты проблем развития альтернативных направлений социальной поддержки людей с ограниченными возможностями здоровья, актуализируется рядом обстоятельств, связанных с революционными изменениями, которые переживает сегодня эмпирическая социология. Основные из них связаны с переосмыслением эвристического потенциала традиционных методов сбора фактуальной информации. Наиболее заметны 3 тенденции:

- перевод исследовательской практики из офлайн в онлайн деятельность;
- переход от анализа спровоцированной информации (анкеты, бланки интервью) к изучению неспровоцированных, а потому более объективных (достоверных, искренних) сообщений в глобальной сети;
- осознание возможности в ряде исследовательских случаев отказа от принципа репрезентативности (по социально-демографическим характеристикам) в анализе Интернет-сообщений в связи с действием закона больших чисел в сети и связанная с этим тенденция к использованию программного обеспечения (наподобие IQ-base, Predictor-mining и т.д.) для количественного и качественного анализа сообщений глобальной сети.

Вписывая эти тенденции в проблемное поле исследований отдельных социальных групп, необходимо отметить, что в эмпирическом анализе наиболее сложных для изучения слоев, к которым в первую очередь относятся инвалиды (люди с ограниченными возможностями здоровья), указанные новации способствуют преодолению ряда исследовательских проблем. Среди них:

- территориальная разобщенность инвалидов и связанная с этим трудность сбора эмпирической информации;
- психологические барьеры в общении с инвалидами, усложняющие процесс получения достоверной фактуальной информации.

Учитывая зачастую возникающие у исследователей проблем инвалидности трудности в изучении социальной группы людей с ограниченными возможностями здоровья, содержание Интернет-порталов инвалидов служит объективной эмпирической платформой для анализа их ценностно-потребностной сферы, социальных установок, ожиданий, опыта социальной интеграции, жизненных и идентификационных стратегий. Наибольший интерес представляют социальные механизмы взаимоподдержки, формирующиеся в условиях взаимодействия инвалидов на специализированных порталах.

Выбор Интернет-форума Disability.ru в качестве эмпирического объекта нашего исследования объясняется его популярностью в среде людей с ограниченными возможностями здоровья. Исследовалось содержание сообщений по состоянию на 10 января 2014 г. Предварительный анализ показал, что по объему и востребованности лидирует такой раздел портала, как «Форум», в котором

инвалиды могут обсуждать любые интересующие вопросы. Именно форум портала был отобран нами для наиболее тщательного и глубокого контент-анализа.

Социальные сети, формирующиеся в процессе взаимодействия инвалидов на специализированных порталах, представляют собой пространство действия механизма взаимопомощи. Контент-анализ указанных материалов показал, что портал может обеспечить пользователям с ограниченными возможностями здоровья как минимум пять видов социальной поддержки: эмоциональную (психологическую), инструментальную, диффузную, статусную, информационную [8]. Сопоставление этого вывода с данными неформализованного интервью с инвалидами (г. Орел, г.Тула, г. Калуга, $n=120$ человек) свидетельствует о полной сопоставимости о воспроизводимости заключения о наиболее востребованных видах взаимоподдержки людей с ограниченными возможностями здоровья.

Наиболее широким является арсенал механизмов эмоциональной или психологической поддержки, существующей в пространстве анализируемого портала.

Механизмы психологической поддержки, формирующиеся в процессе взаимодействия пользователей, обсуждающих указанные проблемы, были выявлены посредством дискурс-анализа сообщений раздела форума «Взаимодействие с обществом» анализируемого портала.

В результате интерпретации данных исследования были сформулированы четыре механизма психологической взаимоподдержки пользователей портала Disability.ru:

- механизм использования юмора;
- механизм обучения игнорированию нежелательных или психологически травмирующих обращений окружающих;
- механизм социального информирования и просвещения;
- механизм поддержки в осознании индивидуальной исключительности и социального миссионерства людей с инвалидностью.

Механизм использования юмора основан на изменении отношения личности к проблемной ситуации. Перекрещивая трансакцию шуткой, человек с инвалидностью, по сути, меняет статусные позиции, поскольку чувство юмора – социальный атрибут успеха, интеллекта и духовной силы.

Механизм игнорирования, который рекомендуют друг другу использовать люди с ограниченными возможностями здоровья, также базируется на перекрестной трансакции. Только в этом случае изменение статусных позиций происходит с помощью приема отказа от предложенной позиции «ущербного и несчастного» игнорированием необходимости отвечать. Человек с инвалидностью здесь как бы становится «выше идиотской ситуации», в терминах самих пользователей портала.

Механизм социального информирования и просвещения предполагает конструктивное отношение и честность с окружающими, дополняющие коммуникацию искренними ответами. Например, в рамках действия анализируемого механизма инвалиду предлагается информировать здорового человека, вступившего с ним в коммуникацию, что оказывать помощь человеку с ограниченными возможностями здоровья нужно только после получения согласия на это и именно так, как он просит.

Еще один механизм психологической взаимопомощи основан на идее исключительности, «особости» и миссионерской функции людей с ограниченными возможностями здоровья. Данная позиция представлена сообщениями, в которых ставится акцент на ограничении здоровья как на необходимом условии пересмотра жизненных позиций, обращения «внутри себя, своей души». В анализируемом механизме осознание своей значимой социальной функции также служит ресурсом статусной поддержки людей с ограниченными возможностями здоровья.

Во многом сходный эмпирический материал, однако несколько более узкий, был получен с помощью упомянутого неформализованного интервью с инвалидами. Это свидетельствует о преимуществах анализа неспровоцированной информации Интернет-контента.

Общим для всех выявленных механизмов психологической взаимоподдержки инвалидов, репрезентированных на изучаемом портале, является то, что действие этих механизмов обеспечивается следующими эффектами:

- эффект снятия ощущения уникальности индивидуальных проблем в связи с принадлежностью собеседников к общности людей, связанных общими трудностями;
- синергетический эффект, благодаря которому совместное обсуждение проблем формирует множество решений затруднительных ситуаций и способствует изменению отношения людей с ограниченными возможностями здоровья к какой-либо проблеме;
- эффект ощущения себя способным оказать помощь, что повышает самооценку и улучшает социальное самочувствие людей с инвалидностью;
- эффект побуждения к позитивному мышлению и социальной активности инвалидов, обеспечиваемый восприятием успешного опыта «своих» в преодолении жизненных ограничений;
- эффект ощущения получения помощи «на равных» от представителей своей социальной группы, в противоположность патерналистской или покровительской помощи от представителей здорового большинства.

Резюмируя все изложенное, необходимо отметить, что анализ механизмов психологической взаимоподдержки инвалидов на портале Disability.ru и данные неформализованного интервью с инвалидами обосновывают значимость нового направления социальной политики в отношении людей с ограниченными возможностями здоровья – создания условий для организации взаимопомощи людей с инвалидностью (создание обществ взаимопомощи, поддержка частных и коллективных социальных, культуротворческих, иных инициатив людей с ограниченными возможностями здоровья).

Таким образом, результаты методического эксперимента показали значительную сопоставимость и воспроизводимость данных контент-анализа Интернет-сообщений и опросных методов в изучении механизмов взаимопомощи инвалидов.

Литература

- 1 Домбровская А.Ю. Социальная адаптация инвалидов в России //Социологические исследования. 2011. № 11. С. 66–71.
- 2 Карпова Г.Г. Инвалиды и культурная политика //Социологические исследования. 2010. № 10. С. 74–80.
- 3 Куваева Н.В. Профессиональное становление молодых людей с ограниченными возможностями здоровья: проблемы и их решения. – СПб., 2010.
- 4 Куваева Н.В. Проблемы профессионального становления молодого инвалида //Социологические исследования. 2007. № 1. С. 67–72.
- 5 Романов П.В., Ярская-Смирнова Е.Р. Политика инвалидности. Проблемы доступной среды и возможности занятости // Социологические исследования. 2005. № 2. С. 44–55.
- 6 Сухих В.Г. Региональные модели реабилитации инвалидов //Социологические исследования. 2011. № 8. С. 98–101.
- 7 Ткаченко В.С. Интеграция в российское общество людей с инвалидностью: Дисс. ... д-ра социол. наук. – Ставрополь, 2007.
- 8 Щукина Н.П. Институт взаимопомощи в системе социальной поддержки пожилых людей. – М.: Изд-во «Дашков и К», 2003.

И.В. Журавлева
ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ВЫБОРОЧНЫХ МОДЕЛЕЙ:
ОПЫТ ТЕСТИРОВАНИЯ

ЖУРАВЛЕВА Ирина Валерьевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии ИГЭУ им. В.И. Ленина. E-mail: socio@sociol.ispu.ru

Сплошные исследования социальных объектов, за редким исключением, не выполнимы в социологической практике, все количественные исследования базируются на выборочном методе. При этом основной методической (и даже методологической) проблемой является обеспечение репрезентативности выборки. Вопрос о том, какая выборка является наиболее эффективной, существуют ли оптимальные выборочные модели, остается пока еще нерешенным.

В течение последних лет мы исследовали возможности различных выборочных моделей в условиях реального поля, чтобы выявить способы построения выборки, наиболее эффективные с точки зрения качества итоговых данных. Всего нами было протестировано 8 способов построения выборки – от простейших организационных форм (например, конформная модель, простая квотная выборка и т.п.) до сложных многоступенчатых (например, стратификация на первой ступени, случайный отбор домохозяйств внутри каждой страты с использованием маршрутной рандомизации – на второй и отбор респондента разными методами – на третьей). Объектом исследования выступали жители г.Иваново. Исследование было организовано по принципу «split-ballot», всего было опрошено 600 человек¹⁶.

Сравнение выборочных моделей между собой проводилось по следующим показателям: отказы от участия в опросе и их причины; отказы от ответов на отдельные вопросы; количество затруднившихся дать ответ. Кроме того, мы контролировали смещение содержательной информации и выборочных статистик. В первом случае в качестве «внешнего» эталона использовались данные, накопленные кафедрой социологии ИГЭУ в ходе исследовательской практики (массовые опросы, проводившиеся среди жителей Иваново по идентичному набору вопросов в те же периоды). Для контроля смещений по социально-демографическим показателям нами были использованы данные официальной статистики (Всероссийской переписи населения) и банки данных кафедры социологии ИГЭУ (опросы, репрезентирующие взрослое население города).

Таблица 1 Опросные показатели в зависимости от типа выборочной модели, %

Тип выборочной модели	Отказы от участия, *	Отказы от ответа, **	Уклончивые ответы, ***
Собственно конформная (опрос у торговых центров)	29,6	5,8	5,2
Конформная в уличном опросе (стратификация, рандомизированный отбор участков, отбор респондентов по конформной модели)	23,7	6,2	4,4
Конформная в квартирном опросе (стратификация, рандомизированный отбор участков, отбор респондентов и домохозяйств по конформной модели)	19,4	6,1	5,6
Простая случайная	37,5	0,4	1,9

¹⁶ Автор выражает благодарность студентке ИГЭУ специальности 040201«Социология» Г.И. Валунгевичуте за помощь на этапах подготовки полевых работ и обработки результатов.

Собственно квотная (квартирный опрос)	23,0	0,9	5,3
Трехступенчатая со стратифицированным отбором (рандомизация отбора домохозяйств, отбор респондента на последней ступени – по схеме Л. Киша)	45,0	0,4	1,7
Трехступенчатая со стратифицированным отбором (рандомизация отбора домохозяйств, отбор респондента на последней ступени – по квотным параметрам)	28,6	0,8	2,4
Трехступенчатая со стратифицированным отбором (рандомизация отбора участков для опроса на улице, «шаговый» отбор респондентов на точках опроса)	35,9	6,1	3,9
* F=3,293 при $p \leq 0,05$; $R^2=0,054$ ** F=12,501 при $p \leq 0,01$; $R^2=0,135$ *** F=6,508 при $p \leq 0,05$; $R^2=0,075$			

Кроме того, применение различных выборочных моделей привело к разному уровню неответов: конформные модели выборки, а также выборки, реализованные на улице, приводят к наивысшему числу неответов (табл. 1). При этом способ отбора единиц для опроса обуславливает 13,5% общей дисперсии неответов.

Удельный вес уклончивых, неопределенных ответов также варьирует в зависимости от типа выборочной модели (табл. 1), вклад типа выборки в общую дисперсию доли затруднившихся дать ответ составляет 7,5%.

Таблица 2 Показатели отклонений выборочных моделей от контрольных данных по всем вопросам, %

Тип выборочной модели	Отклонения в содержательных ответах		Отклонения в выборочных статистиках	
	Максимальное	Минимальное	Максимальное	Минимальное
Собственно конформная (опрос у торговых центров)	31,9*	1,5	30,0*	0,4
Конформная в уличном опросе (стратификация, рандомизированный отбор участков, отбор респондентов по конформной модели)	14,0*	0,0	18,0*	0,0
Конформная в квартирном опросе (стратификация, рандомизированный отбор участков, отбор респондентов и домохозяйств по конформной модели)	28,0*	0,0	23,0*	1,0
Простая случайная	16,2**	0,6	16,0**	0,1
Собственно квотная (квартирный опрос)	24,4*	0,9	19,6*	0,0
Трехступенчатая со стратифицированным отбором (рандомизация отбора домохозяйств, отбор респондента на последней ступени – по схеме Л. Киша)	14,0	0,0	9,6	0,0
Трехступенчатая со стратифицированным отбором (рандомизация отбора домохозяйств, отбор респондента на последней ступени – по	18,2**	0,2	10,3	0,0

квотным параметрам)				
Трехступенчатая со стратифицированным отбором (рандомизация отбора участков для опроса на улице, «шаговый» отбор респондентов на точках опроса)	14,0*	0,0	12,0**	0,0
* для $\varphi^* p \leq 0,01$ ** для $\varphi^* p \leq 0,05$				

По содержательным ответам наибольшие отклонения были выявлены в случае применения собственно конформной модели выборки, реализованной у крупных торговых центров города (табл. 2).

А вот реализация выборки с предварительной стратификацией по микрорайонном города, с маршрутной рандомизацией отбора домохозяйств и отбором респондента по схеме Л. Киша привела и к наименьшим расхождениям в блоке содержательных вопросов, а также позволила лучше всего «воспроизвести» социально-демографическую структуру генеральной совокупности (табл. 2).

Между тем квотная выборка в чистом виде, без предварительной стратификации привела, как это ни странно, к достаточно большим расхождениям с эталонными данными. Не застраховало от подобных результатов и использование простого случайного отбора респондентов по паспортным базам данных (табл. 2).

Наилучшим показателем эффективности той или иной выборочной модели выступает, на наш взгляд, общее количество смещений по всем параметрам. Оказалось, что применение столь удобной для исследователя конформной модели выборки (в любой организационной форме, будь то квартирный, либо уличный опрос) приводит к наибольшему числу смещений по всем содержательным вопросам и к максимальному количеству перекосов в социально-демографических показателях. Наименьшие же отклонения от контрольных данных наблюдаются в случае многоступенчатой выборки с применением схемы Л. Киша (табл.3).

Таблица 3 Общее число статистически значимых отклонений от контрольных данных по всем выборочным моделям, абс. числа

Типы выборочных моделей	Число статистически значимых отклонений	
	по блоку содержательных вопросов	по социально-демографическим показателям
Собственно конформная (опрос у торговых центров)	32	14
Конформная в уличном опросе (стратификация, рандомизированный отбор участков, отбор респондентов по конформной модели)	11	7
Конформная в квартирном опросе (стратификация, рандомизированный отбор участков, отбор респондентов и домохозяйств по конформной модели)	22	8
Простая случайная	10	5
Собственно квотная (квартирный опрос)	20	4
Трехступенчатая со стратифицированным отбором (рандомизация отбора домохозяйств, отбор респондента на последней ступени – по схеме Л. Киша)	4	0
Трехступенчатая со стратифицированным отбором (рандомизация отбора домохозяйств, отбор респондента на последней ступени – по квотным параметрам)	4	2
Трехступенчатая со стратифицированным отбором (рандомизация отбора участков для опроса на улице, «шаговый» отбор респондентов на точках опроса)	5	0

Минимизировать в 2 раза число статистически значимых смещений в социально-демографической структуре конформной выборки позволила стратификация отбора с учетом административно-территориального деления по округам и предварительная маршрутизация (табл. 3).

Таким образом, даже в случае использования конформного отбора любое усложнение выборки (например, стратификация и моделирование случайности на промежуточных ступенях отбора) повышает ее репрезентативность. И несмотря на то что с наибольшими методическими и организационными сложностями приходится сталкиваться в случае реализации многоступенчатого отбора с предварительной рандомизацией и итоговым поиском респондентов по схеме Л. Киша, именно эта модель выборки позволит повысить достоверность результатов массового опроса.

Е.В. Карпенко
РЕГИОНАЛЬНЫЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: ПОМОЩЬ ИЛИ НАВЯЗАННАЯ
НЕОБХОДИМОСТЬ?

КАРПЕНКО Екатерина Викторовна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин Брянского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. E-mail: ekakarpenko@yandex.ru

В современных условиях система публичного управления нуждается в разработке и внедрении технологий повышения эффективности государственного администрирования. Эту проблему нельзя решить, не внедряя в деятельность органов государственной власти эффективных современных методик управления, адекватных по сложности новым условиям и требующих от системы публичного администрирования открытости, оперативности и адекватной реакции на запросы внешней среды.

Поскольку повышение эффективности госуправления – это основная цель административной реформы, то и важным направлением однозначно выступает деятельность органов власти по повышению качества и доступности государственных услуг. Суть современных реформ государственного управления состоит в переходе на клиентоориентированность органов власти, предполагающую, прежде всего, нацеленность их работы на удовлетворение запросов своих потребителей – граждан и организаций.

В Брянской области с 2011 г. проводится мониторинг качества фактически предоставляемых государственных услуг утвержденным требованиям к качеству. Анализ результатов позволяет утверждать, что уровень общей удовлетворенности населения качеством государственных услуг, предоставляемых учреждениями социальной сферы по отдельным параметрам не только возрастает (за счет уменьшения времени, затраченного получателями на ожидание услуги (+11%), улучшениям условиям ожидания услуг (+12–21% в зависимости от отрасли и пр.), но падает (меньше становится удовлетворенных компетентностью специалистов, оказывающих услугу (-12–15% в зависимости от отрасли)).

На оценку услуги в целом влияют следующие факторы: удовлетворенность условиями получения услуги, наличие/отсутствие очередей, удовлетворенность условиями ожидания, в 2013 г. добавился такой фактор, как возможность доступа к услуге через Интернет.

Тем не менее мониторинг показывает со всей очевидностью, что у населения отсутствует четкое разграничение двух принципиальных видов сервиса, предоставляемых учреждениями: информация об услугах и сами услуги.

Проведенный мониторинг отвечал требованию систематического выявления наиболее проблемных сфер оказания государственных услуг, а также отслеживанию динамики основных показателей оказания наиболее массовых услуг.

Организаторы опроса столкнулись с некоторыми трудностями, обусловленными следующими причинами.

1. Размещенная в сети Интернет информация об оказываемых учреждениями услугах в некоторых случаях была недостаточной для того, чтобы интервьюерам узнать подробности работы и специфику того или иного учреждения, необходимо было обращаться к альтернативным источникам. Более того, информация на сайтах организаций не всегда своевременно обновляется, содержит неточности; интерфейс некоторых сайтов не всегда интуитивно понятен даже подготовленным специалистам, не говоря уже о рядовых гражданах.

В целом результаты мониторинга убеждают, что совершенно иной, в отличие от оценки действий бизнес-структур, подход требуется для решения задач оценки и управления качеством услуг в социальной сфере, где экономические показатели практически не могут быть надежными индикаторами качества. Причиной тому служат слабо развитая конкуренция среди учреждений образования, здравоохранения, социальной защиты, физической культуры и спорта. Применяемые методы оценки уровня качества в большинстве случаев недостаточно формализованы, описания нормативов и критериев качества нередко абстрактны, что делает их малопригодными на практике, или, напротив, носят настолько специализированный характер, что это не позволяет применять единообразные критерии к однотипным услугам.

Результаты исследования позволили выявить основные проблемные точки и возможные пути повышения качества оказываемых услуг:

- необходимо актуализировать существующие стандарты качества, сделать их более конкретными.
- необходимо учитывать возросший уровень платежеспособности населения и предлагать расширенный спектр услуг;
- учитывая постоянный рост уровня образования и общей культуры населения необходимо предлагать услуги на более высоком техническом уровне;
- обеспечивать не только широкий доступ к услугам, но и их широкую огласку, в том числе и в сети Интернет;
- повышать профессиональный уровень сотрудников учреждений, в части их коммуникативной грамотности;
- создание необходимого уровня комфортности среды учреждений, в соответствии с современными требованиями (люди обращали внимание на отсутствие телевизоров в местах ожидания, прессы и пр.);
- ввести в практику учреждений социальной сферы систематическое изучение мнения получателей услуг и опубликование результатов на странице сайта.

Необходимо отметить, что на протяжении всех лет мониторинга организаторы сталкиваются с проблемой непонимания значимости этой процедуры для повышения эффективности работы организации, поскольку все еще остаются случаи, когда сам мониторинг воспринимается как ситуация контроля с возможными последующими выводами.

На взгляд организаторов необходимо проводить просветительские мероприятия не только среди руководителей учреждений, но и среди рядовых сотрудников. Эта задача вырастает из безусловной необходимости проведения мониторинговых мероприятий и отсутствием четкого представления значимости установления обратной связи с получателями услуг среди всех категорий сотрудников организаций, оказывающих социальные услуги. Наши исследования показывают, что на уровне конкретных учреждений проводимые опросы воспринимаются как навязанная необходимость, ожидается, что результаты мониторинга будут использованы в репрессивных целях высшим руководством, учреждение не получит финансирования в полном объеме, и к тому же *«люди всегда недовольны, хоть в лепешку разбейся»*. Представляется, что социально значимой целью этой работы должна стать ориентация их деятельности на удовлетворение запросов потребителей как базовой ценности.

Другое направление деятельности в межмониторинговый период, направленное на повышение результативности мониторинга, – подготовка программы экспертного опроса и программы проведения фокус-группы.

Результаты мониторинга позволяют сделать выводы о том, что для повышения качества предоставляемых государственных услуг необходимо проводить обширную разъяснительную работу среди населения по структуре самих услуг, условиям их получения, а сами стандарты качества оказываемых услуг сделать более доступными потребителям государственных услуг (в том числе и по возможности выделения конкретных критериев и показателей).

Кроме того, при оказании государственных услуг необходимо иметь в виду, что повышается образовательный уровень населения, его информированность о правах и обязанностях, граждане стали более требовательны к качеству предоставляемых услуг, так, люди в возрасте до 55 лет, особенно проживающие в городах, уже считают естественным получение максимума информации через Интернет.

Таким образом, для повышения качества оказываемых государственных услуг важно искать слабые места, совместно с независимыми организациями выявлять причины недовольства потребителей и определять пути устранения недостатков: менять технологии оказания услуг, модернизировать оборудование, работать с персоналом.

Кроме того, реализация предложений позволит повысить уровень доверия к социологическим исследованиям не только со стороны власти, но и со стороны населения.

Е.В. Климова

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ОПРОСЫ В ВУЗЕ: ПЛЮСЫ И МИНУСЫ

КЛИМОВА Елена Владимировна – доктор технических наук, профессор. Санкт-Петербургский государственный политехнический университет, Институт машиностроения «ЛМЗ-ВТУЗ». E-mail: kev137@mail.ru

В конце 1980-х гг. в нашей стране стали проводиться исследования на основе анкет, позволяющих студентам анонимно оценить профессиональные и личностные качества преподавателей. В пункте 2.2 Постановления Минвуза СССР от 17.06.1987 говорилось: «Для систематического изучения мнения студентов о качестве преподавания учебных дисциплин проводить силами деканатов и представителей студенческих общественных организаций ежегодное анкетирование студентов по разработанной Минвузом СССР методике. Результаты ежегодного анкетирования доводить до сведения преподавателей, а аттестационных комиссий и ученых советов – при проведении аттестации преподавателей и избрания по конкурсу».

Затем об этом благополучно забыли. В последние годы эти исследования в вузах стали проводиться вновь. При этом в некоторых вузах анкетирование по данному виду опросов носит для преподавателей добровольный характер. Преподаватели сами подают заявки на проведение опроса студентов. В редких случаях такие опросы проводятся по инициативе администрации. В ряде вузов для регулярного проведения опроса студентов существует специальный отдел мониторинга и менеджмента качества образования.

В нашем вузе (Институт машиностроения «ЛМЗ-ВТУЗ») подобные опросы на моей памяти не проводились. Несколько лет назад уже ушли в прошлое и деканаты. Недавно наш вуз в свете преобразований, проводимых министром образования и науки РФ Дмитрием Ливановым, прошел через процедуру слияния с Санкт-Петербургским государственным политехническим университетом (СПбГПУ). Целью преобразований является не только сокращение числа вузов в России, но и ужесточение требований к показателям эффективности работы преподавателей.

В октябре 2013 г. в СПбГПУ с целью оценки результативности и качества труда преподавателей, а также дифференциации уровня их оплаты было разработано и введено в действие специальное

Положение, позволяющее оценить в баллах результаты учебной, научной, экспертной, воспитательной и организационной деятельности преподавателей. В зависимости от количества набранных баллов преподавателю присваивается одна из трех категорий и соответствующий коэффициент при начислении заработной платы – 1; 1,3 или 1,6. Например, для получения коэффициента 1,6 профессору необходимо набрать не менее 100 баллов, а написание одного учебного пособия (без учета его объема и времени написания) оценивается всего в 3 балла.

В то же время в качестве одного из показателей учебной работы в Положении используется оценка преподавателя студентами в ходе проведения их анонимного анкетирования, имеющая вес от 1 до 9 баллов, т.е. максимальный балл равноценен написанию 3-х учебных пособий и, несомненно, каждый хотел бы его получить.

Времени на раздумья практически не было. Коэффициенты необходимо было присвоить профессорско-преподавательскому составу (ППС) с января 2014 г.

Поэтому преподаватели сами инициировали эту процедуру. После детального изучения опыта наших коллег в Интернете, была подготовлена анкета, содержащая 17 вопросов. Начальство посчитало эту анкету слишком большой, подкорректировало ее и объединило некоторые вопросы. В результате в анкете осталось всего 7 вопросов: 4 вопроса о профессиональных и 3 вопроса о личностных качествах преподавателя. Респонденты оценивали качества преподавателей по 9-бальной шкале: 9 – очень высокое развитие качеств, 0 – отсутствие качества, промежуточные значения – оценка качеств на усмотрение студента.

Буквально за 2 дня студенты были опрошены обо всех без исключения преподавателях, ведущих у них занятия. В некоторых случаях анкетирование проводили сами преподаватели.

На нашей кафедре был составлен список средних оценок анкетирования по всем преподавателям (от 5,1 до 9,0 баллов). Некоторые преподаватели не придали этому никакого значения и даже не пожелали ознакомиться с анкетами.

В качестве положительных моментов проведения социологического опроса «Преподаватель глазами студентов» можно указать следующее:

- результаты анкетирования студентов являются ценным источником информации о восприятии студентами конкретного преподавателя – его профессиональных и личностных качеств во многом определяющих качество получаемых знаний и эффективности их усвоения;
- выявление наиболее значимых для студентов требований к преподавателям, их личностным и профессиональным качествам, по которым можно составить социальный портрет идеального (с точки зрения студентов) педагога;
- определение лучших (по мнению студентов) преподавателей, опыт работы которых можно было бы использовать в учебном процессе;
- по результатам анкетирования можно составить представление о качестве всего образовательного процесса в вузе;
- администрация вузов может принять необходимые кадровые решения – кого-то направить на повышение квалификации, а с кем-то даже прекратить трудовые отношения. Но при этом информация, получаемая от студентов, не должна использоваться в качестве единственного критерия при принятии управленческих решений. Самое главное не потерять людей;
- возможность проследивать во времени динамику изменения уровня профессиональных компетенций преподавателей;
- каждому преподавателю определить свои сильные и слабые (по мнению студентов) стороны и при необходимости подкорректировать свои профессиональные знания и стиль работы;
- добавление 5–9 баллов, полученных в результате анкетирования студентов, позволило очень многим преподавателям повысить свою категорию и зарплату.

С другой стороны, при проведении данного социологического опроса в нашем вузе возникло множество вопросов, придавших ему оттенок чего-то несовершенного:

- можно ли составить представление о качествах человека всего по семи вопросам;
- может ли преподаватель проводить опрос о самом себе и кто должен его проводить;
- когда можно проводить опрос студентов: после завершения учебного курса дисциплины (после сдачи сессии) или в текущий момент, пока студенты еще не забыли своего преподавателя;
- может ли преподаватель отказаться от этой процедуры, не нарушает ли директивная процедура опроса прав отдельного человека;
- кого из студентов можно опрашивать – только тех, кто хорошо учится или всех (даже тех, кто посещал мало занятий и не имеет должного представления ни о предмете, ни о преподавателе);
- какое количество респондентов может участвовать в опросе (в связи с различной наполняемостью учебных групп) и как это должно учитываться в результатах;
- как можно учесть разброс в оценке знаний и опыта преподавателей студентами младших и старших курсов, имеющих совершенно разные критерии такой оценки в силу их разного уровня знаний и жизненного опыта;
- какая результирующая информация может быть доведена до сведения преподавателя;
- можно ли использовать открытые вопросы и как оценивать эмоциональные высказывания студентов типа «super», «the best» и др.;
- можно ли, с учетом сказанного выше, проводить такие опросы на компьютерах.

В декабре прошлого года преподавателям нашего вуза было также предложено принять участие в режиме онлайн в проведении социологического Интернет-опроса, проводимого СПбГУ по вопросам развития образования. Данный экспертный вопрос был посвящен оценке эффективности и качества услуг в сфере среднего и высшего профессионального образования в Северо-Западном федеральном округе.

Среди предлагаемых вопросов большинство имело отношение к оценке студентов. Предлагалось оценить:

- мотивы поступления в вуз и мотивацию студентов к учебе;
- наличие у студентов таких качеств, как креативность, обучаемость, критичность мышления, кругозор, лидерство, общая культура;
- приобретение в вузе необходимых компетенций (профессиональные ЗУН, социальные компетенции, широта кругозора, словарный запас);
- качество отдельных аспектов процесса обучения.
- Несколько вопросов касалось необходимых и первоочередных преобразований в вузах, которые хотелось бы кратко прокомментировать:
- содержание учебных планов и программ. В результате перехода вузов на подготовку бакалавров сроки обучения студентов резко сокращаются, что может привести к общему паданию уровня образования в России. Из учебных планов и общих образовательных программ исчезли многие дисциплины;
- планирование учебной нагрузки. Объемы учебной нагрузки резко снизились. Преподаватели вынуждены или увольняться, или преподавать совсем другие дисциплины;
- качество системы управления образовательным учреждением. Оставляет желать много лучшего. В большинстве вузов, прошедших процедуру слияния с другими вузами, наблюдается снижение численности преподавателей. Особенно страдают преподаватели старшей возрастной группы в свете установки на омоложение кадров. Опыт и заслуги в

расчет не принимаются. Зачастую в учебных заведениях используется авторитарный стиль управления. Власть и сила господствуют над интеллектом и индивидуальностью рядовых преподавателей. Общение приобретает формы распоряжений, указаний, требований вместо рекомендаций, просьб и обсуждений. Искажается сама мотивация труда: используются мотивы давления, принуждения.

- система материального поощрения сотрудников. Скорее используется система материального ущемления;
- стимулирование публикационной активности. Сводится к тому, что преподавателям рассылается список конференций, в которых необходимо принять участие. Однако печать одной страницы стоит в настоящее время до 700 руб., а организационный взнос составляет порядка 1200 руб. При этом зарплата некоторых ППС все еще не превышает 8000 руб.;
- организационное сопровождение научной деятельности. Сводится к тому, что вузы берут на себя процедуры управления денежными потоками, оставляя исполнителям НИР только крохи;
- гарантии занятости. К сожалению, таких гарантий уже просто не существует. В любой момент каждый может получить предупреждение об увольнении или переводе на неполную ставку. Преподаватель начинает чувствовать себя изгоем. Таковы сегодняшние реалии в вузах.

Использование социологических исследований имеет большое значение для управления процессами, происходящими в высшей школе и в обществе в целом. Очень хотелось бы, чтобы экспертные оценки, полученные в результате таких опросов, можно было бы использовать для разработки предложений по повышению качества всех жизненно важных процессов.

Г.Б. Кошарная ОШИБКИ ВЫБОРКИ ПРИ ПРОВЕДЕНИИ ФОКУС-ГРУПП

КОШАРНАЯ Галина Борисовна – доктор социологических наук, зав.кафедрой социологии и управления персоналом Пензенского государственного университета. E-mail k-galina1@yandex.ru

В отечественной и зарубежной литературе, посвященной качественным методам исследования, фокус-группа определяется как беседа небольшой группы людей по определенному плану на заранее поставленную исследователем тему в непосредственном (личном) контакте. Сущность метода фокус-групп заключается в выявлении особенностей в представлениях и установках определенных групп людей по конкретным общественным проблемам и явлениям. В основе фокус-группы лежит групповая дискуссия, позволяющая каждому участнику высказать собственную позицию, что приводит к выявлению различных точек зрения по обсуждаемой проблеме.

Метод группового интервью зародился в США, его методологические основы были сформулированы Р. Мертоном в 1950-е гг. Первоначально этот метод широко использовался в маркетинговых исследованиях, затем его стали широко применять в политической сфере при исследовании имиджа политика, при изучении девиантного поведения, закрытых общностей и т.д. В социологических исследованиях фокус-группы чаще всего используются как дополнение к количественным методам с целью изучения особенностей поведения отдельных групп людей, а также интерпретации результатов количественных исследований.

К сожалению, многие социологи при проведении социологических исследований, особенно аспиранты и докторанты, используя качественные методы, зачастую даже не задумываются о валидности информации, вследствие чего результаты, полученные с помощью качественных методов, не только не подтверждают количественные данные, но и, наоборот, приводят к неверным выводам. В

то же время следует отметить, что, несмотря на широкое использование метода фокус-групп в маркетинге и достаточное количество специальных работ по процедуре их проведения, в социологической литературе практически отсутствует анализ проблем, возникающих в процессе реализации метода фокус-групп на практике и оказывающих решающее влияние на конечные результаты исследований.

Напомним, что валидность является основной характеристикой качества измерения в социологии, отражающая степень соответствия измеренного показателя, тому, что подлежит измерению. Валидность предполагает степень отсутствия в информации теоретических ошибок, т. е. ошибок, связанных с неверностью исходных теоретических посылок при разработке методики исследований. Считается, что информация валидна, если исследователь измеряет именно то свойство изучаемого им объекта, которое и требовалось измерить [1, с. 305].

Проведенный Татаровой и Чеховским экспертный опрос показал, что наиболее значимое негативное влияние на результативность фокус-групп оказывают такие факторы, как несоответствие респондентов в группе целям и задачам исследования из-за некорректного определения выборки, и/или ошибок в процессе подбора респондентов [2].

Действительно, наиболее распространенными ошибками при проведении фокус-группы, отрицательно влияющими на валидность полученной информации, являются ошибки в формировании выборки. К сожалению, в большинстве исследований не обращается внимание на выборку и в связи с этим можно наблюдать это влечет за собой ошибки в определении географических мест проведения фокус-групп при региональных исследованиях, а также ошибками при определении числа фокус-групп (слишком большое или слишком малое их число) и их количественного состава.

При использовании метода фокус-групп следует иметь в виду, что количество фокус-групп, которое необходимо провести, зависит от поставленных задач и степени дифференциации целевых групп. Обычно в рамках одного исследования проводится от 4 до 6 фокус-групп., иногда их число достигает 8, реже 12. При исследовании одной гомогенной общности минимальное число групп можно сократить до 4–5, чтобы соблюсти сопоставимость мнений их участников. Первая фокус-группа всегда должна быть пилотажной, после нее следует осуществить окончательную доработку программы исследования [3, р. 42].

В отношении количества участников оптимальным для получения надежных результатов исследования в зарубежной практике считается 8–10 участников фокус-группы, в отечественной -10–12. В своем руководстве по фокус-группам американский исследователь Г. Эдмундс [4, р.11] утверждает, что более 12 человек в групповой дискуссии неэффективно, так как это ведет либо к возникновению пассивности аудитории, поскольку обмен репликами начинает осуществляться между наиболее инициативными лицами, либо к разделению общей дискуссии на несколько частных. Фокус-группа должна быть оптимально небольшой, чтобы позволить ее участникам беседовать предельно откровенно.

С другой стороны уменьшение численности фокус-группы ниже минимального предела сдерживает творческое обсуждение, ограничивает количество новых идей, а нередко ухудшает и их качество. Сокращенный вариант группы (4–6 человек) годится лишь в экстремальных ситуациях, например, при обсуждении очень большого количества вопросов.

Следует помнить, что главным фактором, определяющим размер группы, является цель ее проведения, характер обсуждаемой проблемы. Если цель фокус-группы состоит в получении возможно большего количества идей, то предпочтительнее большая группа. Если же необходимо выявить максимально глубокие и развернутые мнения каждого респондента, то желательно формировать малочисленные группы. Таким образом, группа не должна быть настолько большой, чтобы стать неуправляемой или препятствовать активному участию большинства членов, и она не должна быть настолько малой, чтобы не обеспечить существенно больший охват, чем интервью с одним человеком.

Для получения валидной информации при проведении фокус-групп следует тщательно подойти к формированию их качественного состава. Основными социальными характеристиками, которые должны обязательно учитываться при определении состава групп, являются пол, возраст и

национальность (в некоторых регионах может быть значима и религиозная принадлежность), образование и принадлежность к социальной группе. Для избежания включения в группу респондентов, не соответствующих целям и задачам исследования, необходимо корректно определять состав фокус-группы, исключить участие в фокус-группах «профессиональных» респондентов, т.е. работающих в рекламе или в сфере, связанной с тематикой проводимых фокус-групп. Дополнительным средством контроля служит проверка респондентов перед началом фокус-группы по небольшой анкете и/или короткая индивидуальная беседа, на основе чего отбираются подходящие (с точки зрения коммуникативных качеств, настроя на участие) респонденты.

Состав группы определяется после предварительного отбора респондентов, давших согласие принять участие в исследовании. Группу следует подбирать, исходя из принципа гомогенности, согласно которому все участники группы должны обладать сходными социально-демографическими характеристиками. Необходимо, чтобы участники принадлежали к одному социальному слою. Важно заметить, что целью отбора является гомогенность именно социальных характеристик участников, а не гомогенность их взглядов и установок, поэтому в одну группу обязательно следует приглашать людей с различными мнениями по вопросам, выносимым на дискуссию. Обычно в одну группу включают 10–12 респондентов, близких друг другу по социальному статусу, при этом для обеспечения валидности информации в разных группах должны быть представлены все основные слои населения. Следует стремиться к тому, чтобы в группе не присутствовали респонденты с разной степенью компетентности, люди разных возрастов, недопустимо включать в одну группу представителей разных культур.

В заключение следует еще раз подчеркнуть, что для повышения надежности и достоверности результатов фокус-групп следует, прежде всего, тщательно подходить к конструированию выборки и определению количества групп. Их число должно быть оптимальным для выявления мнений представителей всех групп населения, которые предположительно могут по-разному относиться к изучаемой проблеме. Кроме того, с целью обеспечения валидности информации, при формировании фокус-групп необходимо тщательно осуществлять подбор респондентов, учитывая их социальный статус, пол, возраст, культурные различия.

Литература

- 1 Тезаурус социологии. Кн. 2. Методология и методы социологических исследований: темат.слов.-справ. / Под ред. Ж.Т. Тощенко. – М: ЮНИТИ-ДАНА, 2013
- 2 Татарова, Г.Г., И.В.Чеховский Метод фокус-групп: экспертные оценки факторов неуспешности // Социология 4М. 2012. № 34.
- 3 Morgan D.L. Focus groups as qualitative research. – London, 1988.
- 4 Edmunds H. Focus Group Research Handbook. Paramount Market Publishing. Inc. 2001.

И.В. Лашук

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ И ОПЕРАЦИОНАЛЬНАЯ СХЕМЫ ИССЛЕДОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

ЛАШУК Ирина Валерьевна – кандидат социологических наук (канд. социол. наук), доцент, зав. сектором культурных инноваций Института социологии НАН Беларуси. E-mail: lashuki@tut.by; lashuki74@gmail.com

Актуальность исследований национальной идентичности и проблем ее изменений обусловлена следующими основными причинами:

- 1 важнейшей ролью идентичности в развитии нации, в становлении общегражданской общности народа, в консолидации современного полиэтничного общества;
- 2 необходимостью формирования облика и имиджа современной страны;

- 3 включенностью современного государства в общемировые интеграционные процессы, когда особое значение обретают проблемы сохранения, укрепления и развития национальной идентичности.

Методологическими основами изучения национальной идентичности в современном обществе в рамках нашего понимания являются:

Культурсоциологический подход

1. В основе данного проекта лежат теоретические положения, которые разрабатываются сегодня в рамках культурсоциологического направления. Не вдаваясь подробно в историю и предпосылки возникновения данного дискурса в социальной теории (это предмет отдельной работы) отметим, что существуют принципиальные различия между традиционно понимаемой социологией культуры и культурсоциологией. Главное отличие последней заключается в том, что культура уже не рассматривается как предмет специальной социологической теории (как это делается в социологии культуры), речь идет об изучении культуры на метатеоретическом уровне. Тем самым культурсоциология претендует на статус фундаментального знания об обществе, где само социальное трактуется и интерпретируется в терминах культурного, социум понимается как «производный» от культуры.

Теория социального пространства П. Бурдьё

В разработанной теории П. Бурдьё социальное пространство образуется целым рядом силовых полей (полей отношений или свойств) – политическим, социальным, культурным, символическим и т.д. Поле представляет собой определенный тип игры, в каждом поле существует своя логика или свои правила. При этом в каждом поле могут выделяться субполя, например, в поле культуры (в узком смысле), сосуществуют субполя морали, образования, религии и т.д.

Аксиологически-деятельностное понимание культуры

Мы конструируем аксиологически-деятельностный дискурс в социологическом изучении феномена «культура». Суть данного подхода в следующем: в основании различного рода культурных выборов индивидов и групп лежат ценностные приоритеты. Однако существуют они не сами по себе, а в связке с деятельностным компонентом в том смысле, что реализуются в реальной практической деятельности людей и закрепляются в повторяющихся моделях поведения.

Применение обозначенных методологических посылок к обществу современного типа дало возможность сконструировать следующие концептуальные послылки:

- 1 Мы рассматриваем (вслед за П. Бурдьё) современную социальную реальность как многомерное пространство, включающее различные поля (политическое, экономическое, социальное, культурное и т.д.). Причем эти поля определяются, в первую очередь, как поля отношений, т.е. структурируются в зависимости от различий в обладании субъектами того или иного поля определенного (соответствующего полю) вида капитала. Каждое поле при этом является в той или иной степени социокультурным, вследствие чего оно (социокультурное поле) «рамочно» определяет все остальные.
- 2 Культура современного общества представляет собой «архив» ценностей, идей, представлений. Однако существуют они в «закодированном» виде и культура в таком случае является «не включенной» в социальность. «Репрезентативной» (по терминологии Ф. Тенбрука) она станет только тогда, когда будет реализована в «социальности» посредством воспроизводства в реальных повторяющихся моделях поведения в

различных повседневных жизненных ситуациях. Эти устойчивые поведенческие стратегии конструируют и реконструируют затем и структуру культуры (культурный код).

Тогда единицей социологического анализа выступает не «культура» в качестве «архива», «кода», а устойчивые, повторяющиеся социокультурные стратегии поведения, посредством которых происходит формирование, воспроизводство, трансляция культурных основ современного общества. В реальной повседневной деятельности людей эти стратегии проявляются в конструировании социокультурных идентичностей в различных жизненных ситуациях.

В рамках предложенных концептуальных оснований социокультурные стратегии определяются, во-первых, базовыми ценностными ориентирами. С другой стороны, в повседневной жизни, сталкиваясь с различного рода проблемными жизненными ситуациями, индивид актуализирует имеющийся в его распоряжении запас капиталов (образовательный, сетевой, административный и др.), которые в той или иной степени помогают ему справиться с возникающими повседневными сложностями. В таком случае степень востребованности капитала в повседневности и определяет инструментальную значимость конкретной ценности (капитала).

Поскольку базовые ценности определяют смысл жизни человека, их можно сгруппировать на основе определения того, «ради чего я живу»:

- 1 Ради своего дела (группа ценностей самореализации).
- 2 Ради себя (группа ценностей благополучия человека).
- 3 Ради близких (группа ценностей «людей малого круга»).
- 4 Ради других (группа ценностей «чужого мнения») (табл. 1).

Таблица 1 Операционализация базовых ценностей

Я живу....	Содержание	Индикаторы
Ради своего дела	Работа и профессионализм	1. Интересная работа 2. Профессионализм в своем деле 3. Общественная польза моего труда
Ради себя	Личное благополучие (физическое, душевное и социальное благополучие)	4. Душевный покой и комфорт 5. Здоровье 6. Физическая красота 7. Материально-обеспеченная жизнь 8. Досуг и хобби
Ради близких	Малый круг	9. Дети 10. Родители 11. Супруг(а), любимый человек 12. Друзья
Ради других	Положение в глазах других	13.Репутация в глазах значимых для Вас людей 14.Власть, возможность влиять на других людей 15.Карьера 16. Высокое положение в обществе

Перечень инструментальных ценностей разрабатывался с учетом форм капиталов, выделенных П. Бурдьё: каждому капиталу соответствует определенный набор инструментальных ценностей (табл. 2).

Таблица 2 Операционализация инструментальных ценностей

Капиталы	Индикаторы
Экономический	1. Деньги
	2. Наличие собственности (жилье, машина и т. п.)
Символический	3. Авторитет ваших знаний и опыта
	4. Ваше положение в обществе

Социальный	5. Семья, родственники, близкие друзья
	6. Наличие связей среди профессионалов различных областей
	7. Наличие связей с людьми с высоким положением в обществе
Культурный	8. Образованность и проф. компетентность
	9. Знания, жизненный опыт
	10. Личностные качества (терпимость, духовность и т. п.);
	11. Деловые качества
	12. Здоровье
	13. Хорошая внешность

Социокультурные стратегии поведения конструируют национальную идентичность, распадающуюся на множество различных социокультурных идентификаций.

В идентификационной структуре выделяется три основных показателя: статусно-мировоззренческий вектор, гражданско-территориальный и вектор идентификаций с малыми группами (табл. 3).

Таблица 3 Операционализация коллективной белорусской идентичности

Вектор	Идентификации
Статусно-мировоззренческий вектор	С людьми того же уровня образования
	С людьми того же материального достатка
	С людьми того же должностного статуса
	С людьми, проводящими досуг так же, как и я
	С людьми тех же политических взглядов и убеждения
	С людьми тех же нравственных принципов
	С людьми моего вероисповедания
	С виртуальными группами в Интернете
Гражданско-территориальный вектор	С гражданами Республики Беларусь
	С жителями Беларуси
	С людьми моей национальности
	С жителями моего города, села
	С людьми моего поколения
Вектор идентификаций с малыми группами	С друзьями, знакомыми
	С моей семьей, близкими
	С коллегами по работе, учебе

Предложенные концептуальные и операциональные основания позволяют в конкретном социологическом исследовании изучить специфику национальной идентичности в обществе современного типа.

В.М. Литвинович, И.В. Пинчук

**РЕАЛИЗАЦИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ПРОЕКТОВ НА БАЗЕ АППАРАТНО-ПРОГРАММНОГО КОМПЛЕКСА
«АВТОМАТИЗИРОВАННАЯ СИСТЕМА СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ОПРОСОВ»
(РЕСПУБЛИКА БЕЛАРУСЬ)**

ЛИТВИНОВИЧ Владимир Михайлович – начальник управления социологических исследований Информационно-аналитического центра при администрации президента Республики Беларусь. E-mail: mr_litvin@tut.by

ПИНЧУК Игорь Викторович – магистр социологических наук, главный специалист Информационно-аналитического центра при администрации президента Республики Беларусь. E-mail: igor_pinchuk87@mail.ru

Технология CATI используется исследовательскими структурами для сбора информации далеко не первый год и даже не десятилетие. Однако если раньше с помощью колл-центра осуществлялись только индивидуальные телефонные интервью, то сегодня это уже многофункциональные комплексы с расширенным спектром возможностей.

В данном материале предлагается рассмотреть опыт применения конкретной системы – аппаратно-программного комплекса «Автоматизированная система социологических опросов» (АПК «АССО»). Указанный проект был запущен в 2010 г. Информационно-аналитическим центром при Администрации Президента Республики Беларусь (далее – ИАЦ) совместно с национальным оператором электросвязи РУП «Белтелеком». Обобщенно АПК «АССО» – это инструмент, позволяющий проводить социологические и маркетинговые исследования не только по технологии CATI, но и (web)-опросы – CAWI (Computer Assisted Web Interviewing) и личные интервью с помощью компьютера – CAPI (Computer Assisted Personal Interview). Также в систему интегрированы программные пакеты для обработки и анализа полученных данных.

Актуальность использования подобного комплекса была продиктована высоким уровнем развития сети фиксированной телефонной связи в Республике Беларусь, позволяющей проводить репрезентативные национальные опросы методом телефонного интервью [1]. Так, по данным РУП «Белтелеком» (предприятия монополиста, оказывающего услуги фиксированной телефонной связи), на конец 2010 г. в Беларуси абонентская база стационарной телефонной сети составляла порядка 4 млн 110 тыс. клиентов, а в пересчете этот показатель составляет 43,1 стационарных телефонных аппаратов на 100 жителей [2]. При этом уровень телефонизации в сельской местности принципиально не отличается от аналогичного в городе.

Национальный статистический комитет Республики Беларусь приводит данные по телефонизации населения в разрезе домашних хозяйств: 90,6% домохозяйств в 2009 г. имели стационарный телефон [3].

В соответствии с результатами социологического опроса проведенного ИАЦ в апреле 2011 г., 85,9% респондентов (от 18 лет и старше) заявили, что по месту их проживания есть стационарный телефон. Об этом практически в равной степени говорят как горожане (88,3%), так и сельские жители (82%) [4].

Таким образом, приведенные выше данные свидетельствуют о высоком уровне проникновения фиксированной телефонной связи в Республике Беларусь: абсолютное большинство населения страны имеет доступ к стационарному телефону. Публикуемые отчеты Международного союза электросвязи позволяют сравнить показатели телефонизации Беларуси и других государств, в том числе тех, где активно применяется метод телефонного интервью [5].

Сравнение показывает, что Республика Беларусь занимает лидирующее положение не только среди соседних государств, но и среди стран СНГ. В то же время несколько уступает таким европейским государствам как Германия, Франция, Великобритания (см. рис. 1).

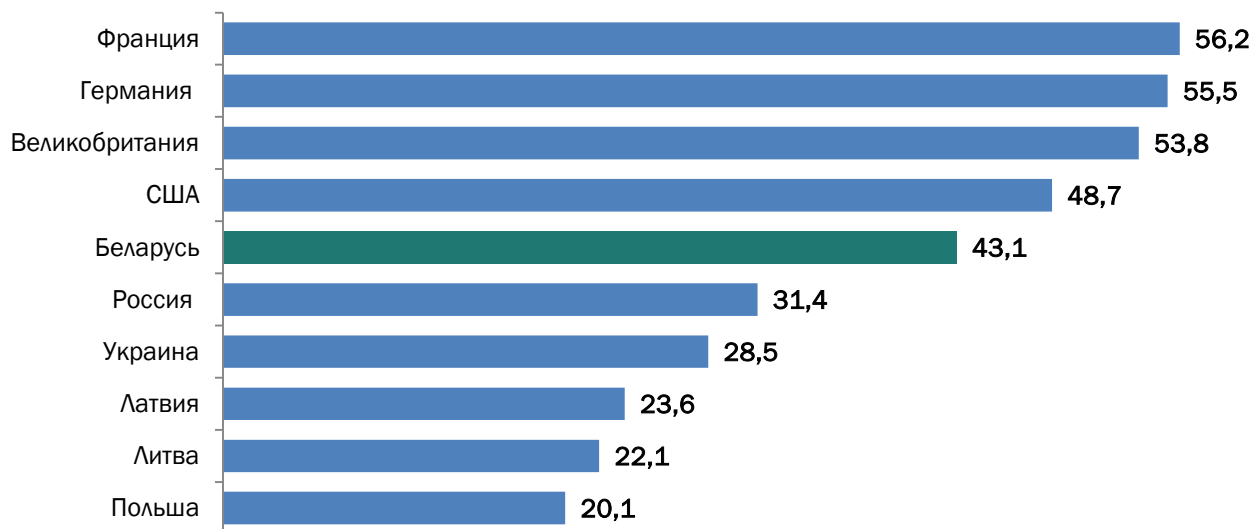


Рисунок 1 – Уровень телефонизации стационарной связью населения Беларуси и некоторых других государств (количество стационарных телефонных аппаратов на 100 жителей)

Помимо условий внедрения данного комплекса, более детального внимания заслуживают технические характеристики АПК «АССО», поскольку в проекции на опросную деятельность, автоматизация может не только выгодно сказываться на сроках сбора информации, но и минимизировать человеческий фактор (влияние интервьюера).

Рассмотрение возможностей данного комплекса логично начать с этапа подготовки инструментария. В АПК «АССО» для формирования электронных анкет используется **подсистема подготовки опросов**, базирующаяся на программном обеспечении IBM SPSS Data Collection Interviewer Server. Также в дополнении к нему внедрены два самостоятельных Windows-приложения IBM SPSS Data Collection Author и IBM SPSS Data Collection Author Professional – служащие для создания мультязычных опросов, web- и телефонных интервью. Следует отметить, что Author Professional поддерживает работу скриптов, что делает возможным разработку опросов с использованием более сложной логики (ротация блоков вопросов и т.п.). В частности, подобный синтез программ позволяет осуществлять подготовку единой анкеты для различных видов опросов (телефон, Интернет).

Далее целесообразно оценить возможности доступа к респондентам, поскольку одним из условий, обеспечивающих репрезентативность данных в исследованиях проводимых методом телефонного интервью (в данном случае по стационарным телефонам), является использование наиболее полной и актуальной базы абонентов. В противном случае приходится осуществлять обзвон по случайным номерам (RDD – random-digit dialing), что существенно увеличивает общее количество звонков, которые необходимо сделать в ходе опроса (за счет юридических лиц, несуществующих номеров, измененных номеров и др.). Использование АПК «АССО» в этом плане выгодно отличается, так как данный проект был реализован в партнерстве с национальным оператором электросвязи Республики Беларусь. Благодаря указанному сотрудничеству, в распоряжении социологов находится основа выборки – наиболее полная база номеров, дифференцированная по типам населенных пунктов (город/село) и форме собственности (физические и юридические лица). По сути это позволяет сократить временные и финансовые издержки, а также снижает вероятность смещения выборки по территориальному критерию.

Непосредственно процесс сбора информации управляется **подсистемой проведения опросов**,

созданной на базе IBM SPSS Data Collection Interviewer Server с интегрированным в нее пакетом IBM SPSS Data Collection Interviewer Phone, который обеспечивает возможность проведения опросов через сеть Интернет и через телефонную сеть общего пользования как с участием оператора, так и без него (автоматический обзвон респондентов в соответствии с заданными критериями выборки).

На этом этапе стоит отметить полностью автоматический и непрерывный (с момента, когда интервьюер начал работу) механизм набора номеров, выбираемых из базы. От оператора даже не требуется нажатия кнопки на экране компьютера. Фиксация же результатов интервью осуществляется путем выбора необходимого варианта: «Линия занята», «Отказ в интервью», «Интервью прервано», «Перезвонить в другое время» (время фиксируется), «Интервью завершено», «Факс» и т.д., что дает возможность расчета коэффициентов результативности по каждому проекту.

Немаловажным является и то, что данное программное обеспечение позволяет не только проводить сам опрос, но и контролировать весь ход исследования: от отслеживания администратором работы конкретного оператора, до получения полной статистики по всем опросам оператора и непосредственной выгрузки результатов. Также, при необходимости, возможно внесение изменений в инструментарий или квотное задание.

Описание данного комплекса было бы неполным без упоминания третьей функциональной подсистемы АПК «АССО» – **подсистемы анализа**, используемой для обработки данных. Для этих целей установлен IBM SPSS Statistics с дополнительными пакетами для более глубокого анализа данных и построения графиков. В целом данное ПО достаточно распространено среди социологов и не нуждается в отдельном представлении.

Подводя итог проведенному обзору, можно сказать, что в распоряжении у белорусских социологов находится современный комплекс для сбора информации, позволяющий решать следующие задачи:

- эффективно осуществлять отбор респондентов (благодаря этому оператор занимается только интервьюированием и не отвлекается на другие операции);
- оптимизировать процесс подготовки анкет и проведения телефонных и Интернет-опросов;
- протоколировать процесс анкетирования, а также вести достаточно подробную статистику по различным показателям;
- создавать предварительные отчеты непосредственно во время опроса.

Литература

- 1 См. подробнее Литвинович В. М. Оценка уровня проникновения телефонной связи в Республике Беларусь для проведения опросов по изучению общественного мнения // Проблемы управления. 2012. № 4 (45). С. 71–77.
- 2 Беларусь – лидер в СНГ по телефонизации населения// Белорусский портал TUT.by; <http://it.tut.by/205339> (Дата доступа 17.01.2012).
- 3 Информационное общество Республики Беларусь: статистический сборник. Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Минск, 2011. – 80 с.
- 4 Приводятся результаты республиканского мониторинга «Общественное мнение о социально-политической обстановке», проведенного Информационно-аналитическим центром при Администрации Президента Республики Беларусь в апреле 2011 г. Всего по многоступенчатой, комбинированной выборке методом интервью «лицом к лицу» по месту жительства было опрошено 3899 респондентов во всех областных городах и г.Минске, районных и сельских населенных пунктах.
- 5 Fixed telephone subscriptions // International Telecommunication Union ; http://www.itu.int/ITU-D/icteye/Reporting/ShowReport.aspx?ReportFormat=PDF&ReportName=%2FWTI%2FMainTelephoneLines Public&RP_intYear=2010&RP_intLanguageID=1&RP_bitLiveData=False&ShowReport=true (Дата доступа 17.01.2012).

С.Г. Максимова, О.Е. Ноянзина, Н.П. Гончарова

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ МОНИТОРИНГА СОЦИАЛЬНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ И СОЦИАЛЬНЫХ РИСКОВ ВОСПРОИЗВОДСТВА ДЕВИАЦИЙ

МАКСИМОВА Светлана Геннадьевна – доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой психологии коммуникаций и психотехнологий, ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет». E-mail: svet-maximova@yandex.ru

НОЯНЗИНА Оксана Евгеньевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры психологии коммуникаций и психотехнологий, ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет». E-mail: noe@list.ru

ГОНЧАРОВА Наталья Петровна – кандидат социологических наук, доцент кафедры эмпирической социологии и конфликтологии, ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет». E-mail: g-natalia@mail.ru

Стремительное увеличение масштаба глобальных угроз естественным и культурным основам жизни человечества актуализировало в последние десятилетия научный и общественный интерес к проблематике социальной безопасности, социальных рисков, социального здоровья населения. Современные глобальные социально-экономические процессы (слияние рынков, миграция, межэтнические конфликты, демографический спад в развитых странах, старение населения) находят свое отражение в наиболее острых проблемах российского общества. Вместе с тем разнородность населения по национальным, этническим, конфессиональным характеристикам наряду с проблемами бедности и неравномерного распределения природных и финансовых ресурсов регионов делает особенно острой проблему сохранения социальной безопасности.

Разработка механизма противодействия социальным рискам, т.е. концепция социальной безопасности, должна опираться на четкие представления об опасностях и угрозах, с которыми он (механизм) призван иметь дело. В общем плане социальные опасности можно свести в три группы (В.В. Серебрянников, А.С. Хлопьев) [1]:

- 1 опасности для социальной сферы, идущие от других сфер общественной жизни – от политики, экономики, военно-оборонных дел, вредных духовных веяний и т.п.;
- 2 опасности, вытекающие из социальной сферы, для экономики, политики, экологии, военной безопасности и т.д.;
- 3 опасности изнутри социальной сферы для самой себя.

Показатели и индикаторы социальных опасностей и угроз выстраиваются в три уровня:

- первый характеризует объективное социально-экономическое положение и напряжение отношений между различными социальными группами;
- второй – их действия;
- третьей – мысли и чувства, устремления и цели.

Последовательный анализ данных по этим трем уровням позволяет увидеть все главные элементы социальных опасностей (угроз).

В качестве признаков (симптомов) социальных опасностей могут выступать:

- 1 (а) предварительные явления и процессы, сигнализирующие об опасностях и угрозах;
- 2 (б) комплекс объективных данных об их эволюции;
- 3 (в) обобщенные сведения о выступлениях и представлениях индивидов, социальных

групп, общества по этому поводу.

Группы «а» и «б» представляют объективные, группа «в» – субъективные показатели и индикаторы. Субъективные показатели – это отражение реальных опасностей и угроз в сознании людей, различных общностей. Объективные сопровождаются экспертной оценкой текущих социальных, экономических и политических процессов. При этом объективные и субъективные показатели могут быть в противоречии, когда рост первых сопровождается снижением вторых в оценке процессов, дезинформации и дезориентации со стороны соперничающих сил [2].

Апробация мониторинга социальной безопасности и социальных рисков воспроизводства девиаций была проведена в социологическом исследовании 2009–2011 гг., в котором приняли участие представители 6 регионов России: Алтайский край, Красноярский край, Калининградская область, Новосибирская область, Республика Бурятия, Ставропольский край. Всего было опрошено 4243 респондента (около 700 человек в каждом регионе). Экспертиза факторов воспроизводства социальных рисков социальных девиаций была основана на материалах экспертного опроса среди представителей органов законодательной, исполнительной власти, органов местного самоуправления, представителей общественных организаций, научной и педагогической общественности в 6 регионах России (опрошено по 20 экспертов из каждого региона (всего n=120)).

При разработке стратегии мониторинговых исследований, методологической и методической основы описания объекта исследования и выбора методов анализа необходимо использовать принципы деятельностного, системного и интегративного подходов к анализу социальных явлений и процессов, положения отечественной и зарубежной девиантологии, основные положения теории рисков, теории социального действия. Это позволит концептуально определить стратегию исследования взаимообусловленности и трансформации социальных рисков и социальной безопасности в условиях постреформенной стабилизации.

Стратегия мониторинга должна базироваться на основных категориях социологического анализа в рамках заявленной темы: социальная безопасность, социальный риск, социальная девиация. В рамках мониторинга необходимо выделять те виды девиантного поведения, риски воспроизводства которых оказывают наибольшее влияние на социальную безопасность населения России, а именно:

- риски формирования зависимого от употребления психоактивных веществ поведения;
- риски, связанные с сексуальным поведением, в том числе риски, обусловленные распространением проституции;
- риск суицидального поведения среди различных групп населения регионов;
- риск проявления интолерантности к различным этнокультурным группам, религиозным, политическим объединениям в виде экстремизма, ксенофобии, терроризма.

Таким образом, в фокусе исследования оказываются:

- индивидуальные поведенческие стратегии, демонстрирующие проявление данных рисков;
- социально-демографические, социально-экономические, психологические, социально-политические факторы, способствующие воспроизводству данных рисков;
- субъективное восприятие населением своей социальной безопасности в контексте распространения социальных рисков девиантного поведения;
- ответная реакция общества на рискованное поведение индивидов и групп, оценка эффективности внедряемых программ профилактики и противодействия возникновению и распространению социальных рисков девиантного поведения.

Для получения экспертной оценки факторов воспроизводства социальных рисков и угроз

социальной безопасности необходимо использовать следующие показатели:

- оценка региональной специфики социальной безопасности (экспертиза социальных рисков в сфере политики, экономики, сферы общественных отношений, социального здоровья населения);
- экспертиза социальных опасностей и угроз в регионе;
- оценка факторов воспроизводства социальных рисков;
- экспертиза ответной реакции общества на социальные риски, в том числе воспроизводства социальных девиаций;
- оценка эффективности системы противодействия воспроизводству социальных рисков, в том числе рисков воспроизводства девиаций [3].

Итак, мы полагаем, что развертывание мониторинга социальной безопасности и социальных рисков воспроизводства девиаций в современной России является необходимым условием обеспечения социальной безопасности.

Мониторинг существенно повышает надежность, оперативность, эффективность предпринимаемых в этой области мер, служит важным средством согласования интересов и действий различных субъектов, представленных как государственными органами, так и заинтересованными общественными организациями.

Такой мониторинг вполне может быть обеспечен организационно.

Современные методики анализа социальных и поведенческих рисков, эффективности программ противодействия в области обеспечения социальной безопасности позволяют получать вполне надежные данные о процессах, происходящих в этой сфере.

Литература

- 1 Серебрянников В., Хлопьев А. Социальная безопасность России – М., 1996. – 352 с.
- 2 Максимова С.Г., Авдеева Г.С., Гончарова Н.П., Ноянзина О.Е., Омельченко Д.А., Михеева И.В. Социальная безопасность – социальные риски: теоретические и эмпирические модели воспроизводства девиаций / Под. общ. ред. С.Г. Максимовой. – Барнаул: Азбука, 2012. – 411 с.
- 3 Максимова С.Г. Социально-экономические и социально-политические угрозы безопасности в оценках населения приграничных регионов России // Вестник Алтайского государственного аграрного университета. – 2012. – № 12. – С. 132-137

И.К. Масалков

КЛИНИЧЕСКИЙ ПОДХОД В СОЦИОЛОГИИ: СПЕЦИФИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ

МАСАЛКОВ Игорь Константинович – кандидат философских наук, доцент социологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова. E-mail: masalkov@home.soc.msu.su

Зарождение клинического подхода происходило, прежде всего, в рамках медицины как социального института. Периодом его становления считается конец XVIII – начало XIX вв. То, что переживала медицина в это время, описывает М. Фуко в книге «Рождение клиники» [1]. До конца XVIII в. медицина была глубоко метафизична. Симптомы выявлялись независимо от их органической локализации: соответствие между болезнью и телом не устанавливалось, а используемые ей средства ограничены и сомнительны: клизмы, банки и кровопускание являются главными атрибутами медицинской практики с элементами скрытой эзотеричности. Церковь вторгалась в качестве дополнения и конкурента: испытывая страх перед водой и беспомощностью врачей, люди больше надеялись на чудо и спасение души, чем на институт медицины. Во время Французской революции

госпиталь представлял собой наиболее символическое место нищеты и социальной несправедливости. Он являлся, прежде всего, не местом оказания врачебных услуг, а местом заточения под видом благотворительности по отношению к социальным низам, представлявшим опасность.

В конце XVIII в. под влиянием Французской революции раздаются призывы установить новый порядок во врачевании, создать новые образовательные структуры, связанные с социальными экспериментами. Трансформируются и углубляются медицинские исследования в рамках реформы преподавания в университетах.

Клинический подход заключался в том, что наиболее важную составляющую клиники для врача играет не столь визуальный осмотр, сколько ощущения больного, его вербальные высказывания по поводу переживания болезни. Со временем к клиническому подходу был добавлен обязательный анализ истории болезни со слов больного, анализ биографии и психологического портрета. В фокусе работы врача появился страдающий индивид.

В 1927 г. союз профсоюзов медиков Франции ставит на голосование устав, определивший сущностные принципы клинического подхода сегодняшнего дня: свободный выбор врача больным, свободу медицинского предписания, принцип прямой договоренности между больным и врачом в плане гонораров, прямая выплата гонораров больным врачу.

Клинический подход определяет себя скорее как искусство, чем как наука. Наука – объективное и относительно автономное по отношению к его обладателю знание. Искусство предполагает весьма специфичные личностные качества и прежде всего интуицию, узкий круг установленных правил, вытекающих большей частью из реального, но мало систематизированного и часто мало проговариваемого опыта.

Клинический подход, с особой силой заявляющийся о себе в последнее время в зарубежной социологии [2], с необходимостью сочетает в себе:

- 1 наличие реальной ситуации, связанной со страданием;
- 2 обращение к социологу – клиницисту с просьбой помочь разобраться в ситуации, постигнуть смысл происходящего;
- 3 концентрацию исследовательского внимания на частном, особенном;
- 4 особый характер личностной взаимосвязи социолога – клинициста с объектом взаимодействия и его принятие обеими сторонами (изучение того, что происходит между социологом и изучаемым объектом, является как бы аналитической рефлексией второго уровня);
- 5 тесную взаимосвязь исследования и терапевтического воздействия – интервенции;
- 6 обращение к патологическому для лучшего постижения теории реального.

С отдельными клиническими аспектами социологи постоянно сталкиваются в своей профессиональной полевой деятельности. Мы помним, насколько жестким инструментом является анкета, которая травмировала некоторых респондентов. Мы никогда не мерили то, что мы оставляем в их душе.

Используя качественные методы, особенно биографическим интервью, мы часто констатируем, что на выходе из него респондент начинает смотреть на мир как-то новыми глазами и благодарит нас: «Спасибо, вы знаете, я сейчас за эти два часа понял, что в моей жизни происходило то-то и то-то». Нас благодарят. Возникает терапевтический эффект и не только. Наши западные коллеги начали на базе этого эффекта выстраивать стратегию, которую они назвали стратегией биографической интервенции. Можно показать человеку в момент его рассказа о себе, что в его жизни, в истории его семьи есть такие-то позитивные ресурсы, на которые можно опереться. У кого-то дедушка был предприниматель, у кого-то были ученые, и на это можно опираться, на этом можно выстраивать свою жизненную траекторию. И наоборот, есть негативные модели: попадание в тюрьму или постоянный выбор спутников по жизни, с которыми решаешь одни и те же неприятные проблемы. Даже возник особый вид консультирования – биографическое консультирование.

В российской социологии нет понятия реабилитации исследователя: личностной, психологической, социальной. У нас еще нет этой культуры. На Западе, например, социологи, социальные работники, которые очень часто берут проблемные интервью, каждые шесть месяцев должны проходить через реабилитацию, т.е. через тот или иной семинар-тренинг, где они скидывают весь негатив, который до этого набирают.

Если понятия «социальная терапия», «социальная травма» вошли в наш клинический анализ то, наши французские коллеги еще особо выделяют «классовый невроз» – явление, когда люди вроде бы остаются на своем месте в социальной структуре, но само общество меняется, и они девальвируются социально.

На конфликтных объектах также могут происходить интересные явления, которые должны интересовать социологов, хотя это все хорошо описано, скорее, в психоанализе. Возьмем, например, такое явление как проекция. Когда жители проецируют на окружающую реальность все свои отрицательные внутренние состояния. Каков статус информации, которую мы получаем? Другое явление трансфера – когда жители ищут в социологе родительскую фигуру. Или, наоборот, контртрансфер – это когда сами социологи самонадеянно говорят «вашу беду руками разведу». Эти клинические аспекты постоянно присутствуют.

Теперь уже и в России появилась очень хорошая форма работы, которую мы называем семинар «Семейный роман и профессиональная траектория». В одной группе собирается 10–12 человек, работа идет 3–4 дня, где каждый рассказывает историю своей семьи, историю своего рода, то, как происходил выбор профессии. В таких группах происходит работа и с отдельным человеком, т.е. решение его личных проблем, и одновременно происходит производство нового знания. По каждой такой группе пишется отчет – маленькое исследование.

Я полностью разделяю озабоченность, что социолог, который работает с проблемным социумом, должен быть в равной степени и психологом, владеющим инструментами, которые он заимствует, в том числе, из психоанализа. Страдающий субъект нам еще придет. Т.е. уже сейчас мы можем это в той или иной форме это ощущать, и это дело будущего. Тогда все те принципы клинического анализа, о котором мы начали говорить, будут в полную силу реализованы. Я не знаю причин того, почему психоанализ будет отныне тормозиться у нас в социологии, ведь вся наша литература, все наше искусство, весь наш кинематограф – это же психоаналитические образы, идеи, концепции.

Литература

- 1 Фуко М. Рождение клиники. – М.:Смысл,1998.
- 2 Gaulejac de V., Roy Sh. Sociologies cliniques, Paris, Desclée de Brouwer, 1993.

Л.Р. Низамова

МАССОВЫЕ ОПРОСЫ ПО МИГРАЦИОННОЙ ТЕМАТИКЕ: МЕТОДИЧЕСКИЕ ЛОВУШКИ ДЛЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЯ

НИЗАМОВА Лилия Равильевна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии Казанского (Приволжского) федерального университета. E-mail: linizamova@yandex.ru

В связи с нарастанием миграционного притока в страну, а также с тем, что миграция в России, особенно трудовая, стала значимым явлением не только в столице и крупных российских городах, а почти повсеместно, широкое распространение получили массовые опросы населения по этой тематике. Ученые и полстеры применяют самые разные подходы, техники и варианты инструментария, которые не подвергаются должной рефлексии и критическому разбору. Зачастую исследователи попадают в методические ловушки, однако не замечают этого или не знают, как их можно избежать, полагаясь всецело на общие знания методики и техники социологических

исследований, не подкрепленные специфическими компетенциями, необходимыми для изучения массового сознания, мнений и установок населения по проблемам внутренней и внешней миграции.

Обработка приемов и техник получения качественной конкретно-социологической информации, работа по предупреждению и исправлению ошибок становятся в настоящее время особенно важными потому, что все чаще данные социологических опросов выступают в качестве индикаторов, используемых в системе государственного управления для оценки эффективности деятельности региональных и местных властей. Это значит, что теперь в каждом из 83 субъектов Российской Федерации в обязательном порядке должны производиться социологические замеры, характеризующие межэтнические и межконфессиональные отношения, степень толерантности жителей территорий.

Первая ловушка, в которую попадает исследователь, это трудности выбора терминологии, уместной для социологического инструментария, и невозможность использования в нем ментальных категорий массового сознания, которые зачастую отличаются нетерпимостью и насыщены проявлениями ксенофобии и расизма. Как бы мы ни ответили на вопрос: «Является ли присутствие языка социального исключения в опросах результатом его заимствования их журналистского дискурса или выражением нерелективного стиля работы социологов-исследователей?», приходится признать, что язык анкет по миграционной тематике отличается размытостью, отсутствием ясности, воспроизводит негативные (в духе культурного расизма) социальные установки. Понятие «мигранты» в отношении приехавших на заработки иностранцев, не нейтральное с точки зрения коннотаций, применяется чаще всего, также встречается слово «гастарбайтеры».

Определение «приезжие», использованное социологами Казанского федерального университета в опросе жителей Татарстана в 2012 г. (выборка 1590 жителей Татарстана, ошибка выборки – 3,3%), – более нейтральное, однако, как и «мигранты», требует уточнений в связи с выраженной гетерогенностью приехавших в страну и в конкретный населенный пункт. В целом негативно окрашенный образ мигранта как чужака, сложившийся в России, скрывает то немаловажное обстоятельство, что среди приезжих есть добровольные и вынужденные переселенцы, легальные и нелегальные, приехавшие для временного проживания или на постоянное место жительства, прибывшие на учебу, для отдыха или трудовые мигранты; они работают по найму, как у российских, так и иностранных работодателей и т.д.

Исходя из существующей практики регионального статистического учета миграционного притока различают: 1) обмен с другими республиками, областями РФ, 2) обмен со странами СНГ и 3) обмен с другими странами. Это было принято во внимание казанскими социологами, которые благодаря данным опроса выявили отношение местного населения к трем категориям мигрантов: 1) нерусским приезжим (или представителям неместных национальностей) из других регионов России; 2) приезжим из Средней Азии и государств Кавказа; 3) приезжим из стран дальнего зарубежья (например, Вьетнама, Китая, Афганистана, стран Африки и т.п.). В Республике Татарстан преобладают межрегиональные прибытия, но именно приехавшие на заработки граждане Узбекистана, Таджикистана, Азербайджана, Казахстана, Кыргызстана обеспечивают положительное сальдо миграции в регионе. В силу малочисленности граждан из государств дальнего зарубежья они еще не обрели расово окрашенного и отличительного образа в массовом сознании. Стигматизирующие гетеростереотипы, вроде «лица кавказской национальности», а также все более узнаваемого в публичном поле «черные», адресуемое выходцам из Средней Азии, гораздо чаще формируют массовый имидж типичного иностранного работника.

Несмотря на предпринятые социологами в целом успешные попытки измерить дифференциацию установок татарстанцев по отношению к разным категориям приехавших, все же нет уверенности в том, что в восприятии респондентов есть ясное различие между нерусскими выходцами из республик Северного Кавказа, являющимися гражданами России, и иностранцами из государств Закавказья (Азербайджана, Армении). Исследование выявило, что в республике немного более терпимо воспринимают нерусских соотечественников из других регионов: к ним относятся положительно 17,5%, отвергают 28%. Иностранцы уверенно расцениваются как чужаки: отрицательно

к гражданам, приехавшим из дальнего зарубежья (Китая, Афганистана стран Африки) и прибывшим на заработки из Средней Азии и государств Кавказа относятся 38% и 39% респондентов соответственно, позитивно – лишь по 13% татарстанцев. И все же, неприятие у татарстанцев вызывают не только иностранцы, но любые приезжие. Это подтверждается большой распространенностью представлений о том, что среди приезжих высок уровень преступности, они не уважают обычаи принимающего сообщества и не могут успешно интегрироваться в регионе; что местный рынок труда может обойтись и без рабочей силы мигрантов, безусловно, активно подпитываемых массмедиа.

Важное требование, которое социологи обязаны соблюсти при подготовке анкеты, – объективность, предполагающая, что спорящие позиции имеют равные шансы быть выбранными. Влиятельный французский социолог П. Бурдьё, оспаривая такой подход, писал: «...опрос оказался бы ближе к тому, что происходит в реальности, если бы в полное нарушение правил «объективности» предоставлял респондентам средства ставить себя в такие условия, в каких они фактически находятся в реальности, т.е. апеллировал бы к уже сформулированным мнениям» [1, с. 172]. Но что делать, если в публичном поле активно артикулируются интолерантные и расистские идеи? Кроме того, объем и организация анкеты по техническим причинам может исключить возможность обозначения всех существующих мнений, включая поляризованные. В связи с этим «на суд» респондентов казанскими социологами были вынесены преимущественно корректные и позитивно окрашенные суждения, с которыми можно было согласиться или выразить их неодобрение. Например, «Приезжие из Средней Азии и государств Кавказа уважают наши обычаи и успешно вливаются в местную татарстанскую жизнь» или «Уровень преступности среди приезжих невысок» (не согласились по 46% опрошенных). Единственным исключением стало утверждение: «Присутствие в России приезжих, исповедующих нехристианские религии, является источником терроризма и экстремизма», широко озвучиваемое в СМИ. Отношение к нему в Татарстане, часто именуемом «мусульманской республикой», было сегментированным: лишь четверть опрошенных с ним согласилась при заметной доле не давших ответа (20%).

Сложные методические вопросы и ловушки требуют внимательного разбора в профессиональном сообществе. Как и в кругу исследователей, тяготеющих к качественной стратегии анализа, «количественники» нуждаются в рефлексии методики и техники массовых опросов по конкретным тематическим направлениям, в том числе и в области изучения взаимоотношений местного населения и приезжих.

Литература

- 1 Бурдьё П. Общественное мнение не существует // П. Бурдьё. Социология политики / Пер. с фр. – М.: Socio-Logos, 1993.

М.Б. Полтавская, Е.Н. Васильева

ОРГАНИЗАЦИОННЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПРОВЕДЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ ДЛЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СТРУКТУР: РЕГИОНАЛЬНЫЙ ОПЫТ

ПОЛТАВСКАЯ Мария Борисовна – кандидат социологических наук, доцент кафедры философии и социологии волгоградского филиала РАНХиГС. E-mail: poltavskayamb@yandex.ru

ВАСИЛЬЕВА Екатерина Николаевна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальной работы и педагогики Волгоградского государственного университета. E-mail: vasilevaen@yandex.ru

Методика и техника социологического исследования почти всегда являются результатом обсуждения цели исследования с заказчиком. В этом отношении не исключение и научные проекты, финансируемые за счет средств РГНФ, ФЦП и других структур, так как в заявке детально обосновываются не только методические, но и методологические аспекты. На наш взгляд,

единственным исключением являются социологические исследования, заказчиком которых выступают органы власти и местного самоуправления. В 2011 г. данную проблему обозначил Ш.Ф. Фарахутдинов [1], ранее подобные вопросы ставились Ассоциацией региональных социологических центров «Группа 7/89» [2] и другими сообществами.

Заключение контрактов с государством регламентируется федеральным законом РФ от 05.04.2013 № 44-ФЗ «О контрактной системе в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд» (ранее – ФЗ № 94 от 21.06.2005 «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд»).

Процедура начинается с того, что техническое задание вывешивается на сайте госзакупок. Встает правомерный вопрос – достаточно ли квалифицированных специалистов в административных структурах для того, чтобы корректно данное задание составить? Для ответа на данный вопрос нами было проведено исследование архива завершенных конкурсов, аукционов и запросов котировок на портале «Государственный заказ Волгоградской области» с 2006 по 2013 гг. методом контент-анализа [3] (см. табл. 1).

Таблица 1 Динамика государственного заказа Волгоградской области на проведение социологических исследований с 2006 по 2013 г.

Год проведения исследований	Количество исследований	Объем финансирования (от – до), руб.	Заказчик	
			Аппарат Губернатора и Правительства Волгоградской области	Ведомство (комитет, министерство и др.)
2006	1	500 000	-	1
2007	6	50 000–174 000	-	6
2008	4	150 000–1 000 000	-	4
2009	2	3 500 000–5 000 000	-	2
2010	5	450 000–4 000 000	1	4
2011	8	450 000–1 000 000	7	1
2012	6	300 000–986 010	3	3
2013	7	298 900–4 000 000	5	2
Итого	39	50 000–5 000 000	16	23

Источник: Портал «Государственный заказ Волгоградской области»; <http://www.gz-volga.ru/pls/kea/arhive.list> (Дата обращения 25.01.2014).

Анализ данных показывает, что самым популярным способом определения поставщиков государственных услуг является открытый конкурс – 21 запрос на проведение КСИ был в этой форме. Далее следует запрос котировок – 12 исследований, менее популярным оказался аукцион – 6 исследований.

Тематика исследований:

- 1 Политика, власть (деятельность законодательного органа власти, социально-экономическая и политическая ситуация в Волгоградской области, степени информированности граждан о деятельности органов исполнительной власти, эффективность деятельности органов государственной власти и местного самоуправления, проблемы терроризма, экстремизма, коррупции и др.) – 23 исследования.
- 2 Социальные проблемы (межнациональные отношения, миграция, наркомания, молодежный досуг, деятельность некоммерческих организаций и др.) – 12 исследований.
- 3 Комплексные социологические услуги, мониторинги – 4 исследования.

Динамика увеличения количества социологических исследований выражена не ярко, а проблема репрезентативности полученных данных, по крайней мере, туманна. Ряд государственных заказов не содержит файлов с прикрепленным техническим заданием, а результаты исследования не только не должны быть вывешены на данном ресурсе, они вообще не обязательно озвучиваются органами власти и местного самоуправления.

В связи с этим фактом в Волгоградской области в 2013 г. произошло несколько информационных скандалов, где журналисты требовали популяризации полученных в ходе социологических исследований данных, так как налогоплательщики должны знать, куда идут бюджетные деньги, и выражали недоверие государственным заказчикам и исполнителям [4]. Даже если принимать во внимание, что подобные сообщения служат скорее поводом подорвать доверие к власти, нельзя оставить без внимания то, что репутация социологического сообщества страдает. Вопрос о том, как и кем должны быть написаны технические задания, остается открытым, тем более что цели и индикаторы исследования для технических заданий берутся в федеральных или региональных программах и не корректируются под КСИ.

Таким образом, необходимо вынести на обсуждение следующие проблемы. Во-первых, профессионалы, работающие с чиновниками, вынуждены согласовывать инструментарий, что мешает процедурам операционализации понятий, так как последние могут потребовать оставить индикаторы, прописанные в федеральных программах, без изменений в инструментарии опроса. Это объясняется желанием заказчика в одном исследовании решить большее число задач и приводит к необоснованному увеличению размера инструментария.

Во-вторых, жесткие сроки проведения исследования. В этом нет проблемы, если соблюдается соответствие метода исследования и среднестатистических сроков реализации. Однако когда в техническом задании прописывается, что за 2 недели необходимо провести массовый опрос (выборочная совокупность не менее 1000 человек), 3 фокус-группы и экспертный опрос, работа проходит в экстремальных условиях, так как согласование с заказчиком инструментария трех методов отнимает практически все выделенное на исследование время.

В-третьих, проблема открытости результатов проведенных исследований. Согласно договору, результаты исследования передаются заказчику, который, как правило, является их единственным собственником и определяет условия распространения и конфиденциальности. Как известно, запрос со стороны общественности на научную информацию о волнующих региональных проблемах есть, но он игнорируется местными органами власти. Если и происходит публикация результатов в открытых СМИ, то все ограничивается двумя-тремя короткими статьями в региональной прессе, что снижает ценность полученной научной информации.

И наконец получение от заказчика денег для исполнителя становится «зоной напряженного взаимодействия». Финансовая составляющая исследований, проводимых за счет местных региональных бюджетов, весьма непредсказуема. Фактически исследования порой проводятся за счет исполнителя, который получает финансирование заказанного исследования спустя полгода, год (и позже через суд).

В итоге, именно практикующие социологи должны заявлять о своих интересах и выдвигать законотворческие инициативы. Эксперты на законных основаниях должны привлекаться к составлению технических заданий. Как для профессионального исследовательского сообщества, так и для населения в целом результаты КСИ, выполненных по заказам государственных и муниципальных структур, должны быть публичными. От этого зависит уровень доверия населения к работе исследовательских компаний и в целом социологии.

Литература

- 1 Фарахутдинов Ш.Ф. Опыт организации и проведения прикладных социологических исследований для государственных заказчиков // Социс. 2011. №3. С. 107–111.
- 2 Обращение Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89» к исследовательскому сообществу и органам власти; [http://www.socio-](http://www.socio-123)

- research.ru/svd/cnt/ru/fldr_mainmenu/fldr_group_789/fldr_working_documents/cnt_ural_memorandum (дата обращения: 20.01.2014).
- 3 Портал «Государственный заказ Волгоградской области»; <http://www.gz-volga.ru/pls/kearhivelist> (Дата обращения: 25.01.2014)
- 4 Сайт Информационного агентства «Высота 102»; <http://v102.ru/society/41653.html>; <http://v102.ru/society/41256.html> (дата обращения: 15.12.2013).

А.А. Русалинова

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОЦИОЛОГИИ ТРУДА В СИСТЕМЕ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИАЛЬНЫХ ОБСЛЕДОВАНИЙ

РУСАЛИНОВА Ама Александровна – старший научный сотрудник НИИ комплексных социальных исследований ф-та социологии СПбГУ, почетный работник науки и техники РФ. E-mail: alrus@pochta.ru

В проблематике современной отечественной социологической науки практически затерялись вопросы социологии труда, которые активно изучались в конце советского периода развития нашей страны, т.е. в 1970–1980-е гг., обозначенного экономистами и социологами как этап отживающего «индустриального общества». Новый этап развития общества получил название «постиндустриального» и «информационного», что сразу создало иллюзию потери трудом своей социальной ценности и ведущей роли в развитии общества в целом и отдельного человека в частности. В свою очередь, эта иллюзия моментально сняла с повестки дня методологические вопросы изучения проблем социологии труда, привела к отсутствию социального заказа в обществе на соответствующие исследования. По инерции на факультетах социологии еще преподается социология труда как учебная дисциплина, однако в структуре социологических исследований ее проблематика не только не занимает ведущих позиций, но фактически игнорируется.

Основное внимание в современных социологических исследованиях уделяется либо изучению политических предпочтений и электоральных установок, либо разработке новых методических приемов и технологий социологических исследований и обследований. Знаковую тенденцию проводимых исследований составляет также стремление уйти от количественных методов исследования и опираться в основном на качественные. При этом нередко количественным методам приписывается ограниченность только потому, что некоторые социологи сами не умеют использовать их возможности адекватно целям и материалам исследования.

В то же время в социальной ситуации развития современного общества постепенно назревает потребность не просто вернуться к проблемам социологии труда, но **подняться в их постановке и решении на качественно новый уровень**. Социологические исследования в 1860-1880-е гг. носили прикладной характер и были направлены на помощь отдельным предприятиям и организациям в разработке планов социального развития. В настоящее время в соответствии с процессами глобализации экономического и социального развития общества проблемы социологии труда формируются и проявляются на глобальном уровне даже не отдельного государства с его специфическими характеристиками сферы труда, но на мировом, общепланетарном уровне.

Сам труд никуда не уходит из жизни общества, он просто существенно изменяется по содержанию, конечному продукту, конкретным технологиям, видам и формам трудовых процессов, их соотношению и пропорциям, характеру взаимодействия между людьми и по другим атрибутам и параметрам; в целом, он становится значительно разнообразнее и начинает играть специфическую роль в жизни общества. Все эти новые ипостаси труда в современном социуме в целом достаточно панорамно отразили материалы Всероссийской конференции «Современное общество и труд», которая состоялась 28–29 ноября на факультете социологии Санкт-Петербургского государственного университета (материалы конференции в скором времени должны выйти в электронном виде на сайте Российского Общества Социологов (РОС)).

В целом в сфере труда в современном обществе вырисовывается достаточно сложная картина:

- 1 С одной стороны, большинство людей как в нашей стране, так и во всем мире по-прежнему нуждаются в труде как в оплачиваемой работе, как в источнике заработка, материальных средств к существованию, образованию семьи и продолжению рода. Однако этой потребности противоречит всеобщий дефицит оплачиваемых видов социально организованного труда и наличие высокого уровня как регистрируемой, так и особенно скрытой безработицы.
- 2 С другой стороны, у людей работающих (или подбирающих себе работу) возрастают требования к таким характеристикам трудовой деятельности, как возможность самоорганизации, независимость, самостоятельность и самобытность, возможность проявлять и развивать имеющийся личностный потенциал.
- 3 С третьей стороны, в современном обществе управление сферой труда не осуществляется на основе методологического принципа системного подхода, а отдается на откуп макроэкономическим процессам. В то же время чисто экономический подход к сфере труда и его организации оказывается непродуктивным: установка только на получение дохода, прибыли любым путем приводит к целому ряду негативных социальных, экономических и даже моральных последствий:
 - a. власть чиновников, отвечающих за развитие предпринимательства и управление собственностью, приобретает мощную коррупционную составляющую, поскольку свое право принимать управленческие решения чиновники рассматривают как товар, который они имеют право продавать за любую цену;
 - b. фетишизация экономических ценностей не только не способствует улучшению потребительских качеств любой продукции, но подталкивает ее производителей к экономии вложений в ее качество и даже к откровенной ее фальсификации;
 - c. получают широкое распространение самые разнообразные формы преступного получения доходов, в том числе мошенничество в особо крупных масштабах;
 - d. усиливается сверхэксплуатация труда наемных работников, и не только в сфере промышленного производства, но и в сфере науки и образования, где резко увеличивается объем выполняемых работ, но не уровень их оплаты, что исключает возможность повышения квалификации и совершенствование качества работы.

В целом сфера труда теряет целый ряд своих важнейших положительных функций, в том числе функцию самореализации человека, смыслообразования его жизни и развития человеческого потенциала. Потеря личностной заинтересованности в труде особенно пагубно влияет на молодежь, испытывающую потребность в активной личностной позиции. При этом психологами давно подмечено, что если молодые люди не могут быть включены в социально-полезную деятельность, они легко могут включаться в различные формы асоциальной и антисоциальной деятельности. Весьма грустным подтверждением этой закономерности служит широкое развитие молодежного экстрима в современном мире в условиях массовой безработицы молодежи.

В этой ситуации приобретает особую методологическую актуальность выделение в системе общесоциологических проблем необходимости широкомасштабных исследований общей ситуации в сфере труда как в Российской Федерации, так и в других странах. Специфика этого исследования предполагает прежде всего применение комплексного подхода, который включает:

- 1 общесоциологический анализ состояния сферы труда в современном обществе (организованного и неорганизованного); этот анализ предполагает, в частности, оценку уровня использования и развития человеческого потенциала современного общества как в рамках отдельных государств, так и на уровне всего современного социума;

- 2 изучение социальных ожиданий и установок населения (в первую очередь, молодежи) в сфере организованного и неорганизованного труда;
- 3 изучение возможностей оптимального развития сферы труда на мировом, государственном и региональном уровнях с учетом уровня реализации и развития человеческого потенциала и экспектаций молодежи.

Методологические особенности подобного исследования требуют, прежде всего особого построения выборок для социологических опросов: наряду с традиционным формированием общей репрезентативной выборки (или выборок для лонгитюдного исследования) при изучении динамики общественного мнения по проблемам труда в современном обществе целесообразно сформировать несколько типологических выборок для сравнительного анализа.

Подобное исследование может быть проведено при условии разработки общего методологического и теоретического подхода к исследованию, единого методического инструментария и организационного объединения ведущих российских, а возможно и зарубежных исследовательских центров. Только на основе таких глобальных социологических исследований можно будет перевести управление трудовой сферой на новый уровень, соответствующий современной социальной ситуации.

Е.В. Тихонова

ПАНЕЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОЦЕССА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СОЦИАЛИЗАЦИИ В ВУЗЕ

ТИХОНОВА Елена Викторовна – д.соц.н., проф. зав кафедрой социологии управления Государственного университета управления. E-mail: evt16@yandex.ru.

Профессиональная социализация студенческой молодежи – это сложный непрерывный процесс, имеющий выраженное социальное содержание – «проектирования» личности профессионала, сделавшего определенное занятие своей профессией и являющегося мастером своего дела. Становление профессионала в процессе обучения в высшей школе предполагает поэтапное включение студента в систему профессиональных отношений и формирование знаний и навыков, необходимых для самостоятельного воспроизводства этих отношений. Управление процессом профессиональной социализацией в вузе предполагает получение полного и достоверного знания его состояния, факторов, определяющих содержание и динамику данного процесса, характеристик субъектов образовательного процесса. На этой основе должна выстраиваться целенаправленная стратегия подготовки специалиста, осознанная и разделяемая всеми взаимодействующими субъектами – руководством структурных подразделений вуза, профессорско-преподавательским составом и студентами.

Наиболее эффективным методом социальных обследований состояния и динамики объекта профессиональной социализации панельные исследования. Специфика таких исследований заключается в их сложности, трудоемкости и необходимости постоянного социологического контроля состояния объекта исследования – малой студенческой группы на протяжении всего времени ее существования. Получение достоверных данных о динамике профессионально-личностных качеств будущих специалистов требует использования комплекса методов сбора и анализа данных – стандартизированного опроса, фокус-групп, экспертного опроса. Особое значение имеет метод включенного наблюдения, поскольку социолог одновременно является равноправным субъектом образовательного процесса – преподавателем и воспитателем, агентом профессиональной социализации и исследователем, фиксирующим содержание и результаты этого процесса. Все это относит исследования процесса профессиональной социализации студентов к области вузовской социологии и определяет ее роль в социальном управлении образовательным процессом. Такие исследования имеют двоякую направленность. В научно-практическом плане они позволяют получить новые данные об изучаемом объекте и его динамике, развивать комплексную методико-

методологическую базу прикладной социологии. На уровне управления образовательным процессом в высшей школе результаты социологической диагностики составляют основу разработки стратегии развития вуза и принятия тактических организационных решений.

Многолетний опыт коллектива кафедры социологии управления ГУУ в проведении исследований социальной среды вуза, факторов формирования личности профессионала и первичного включения выпускников в профессиональную среду позволил выделить следующие перспективные направления дальнейших исследований:

- изучение структуры и функций механизмов социального управления профессиональной социализацией студентов в процессе обучения в вузе;
- разработка критериев оценки успешности профессиональной социализации на основных этапах обучения студентов;
- разработка и внедрение методологического обеспечения социологической диагностики процесса профессиональной социализации студентов с целью повышения конкурентоспособности выпускников вузов.

Е.И. Ставицкая

МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ ПРИМЕНЕНИЯ КИНЕМАТОГРАФИЧЕСКОЙ И ЛИТЕРАТУРНОЙ РЕТРОСПЕКТИВЫ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

СТАВИЦКАЯ Елена Ивановна – кандидат социологических наук, доцент кафедры «Методология науки, социальные теории и технологии», руководитель студенческого образовательного проекта «Социологическая лаборатория» ПензГУ. E-mail: tyur_el@mail.ru

Изучение общественного мнения по той или иной проблеме позволяет выявить представления о ней группы респондентов, попавшей в поле зрения исследователя. Именно поэтому анализ так называемого межпоколенческого аспекта связан с еще большей долей субъективности полученных оценок, чем вскрытие современного отношения общественности к предмету исследования. Это обусловлено тем, что респондент высказывает свое отношение к социальному явлению через призму уже имеющегося жизненного опыта, корректируя и трансформируя действительно существовавший в тот исторический момент времени предмет исследования и его социально значимые характеристики. В результате исследователь получает не сравнение характеристик изучаемого явления «тогда» и «сейчас», а оценку респондентами этих характеристик «сейчас» и «искаженное временем представление о том, что было тогда». Таким образом, основная проблема при этом заключается в том, как избавиться от излишней субъективности со стороны респондентов, относящихся к группе, дающей историческую оценку. Совершенно отказываться от качественных методов исследования, основанных на проведении индивидуальных интервью с такими респондентами, не стоит, но вот объективности при этом можно добиться, используя метод исторической ретроспективы произведений разных направлений искусства (кино, литературы, художественного, музыкального или театрального искусства).

В частности кинематографическая ретроспектива как метод социологического исследования позволяет выявить основные компоненты официально пропагандируемой в кинофильмах идеологии, которая формировала мнение большинства граждан СССР. Например, при изучении трансформации социальных норм и ценностей нашего общества группе студентов-социологов в качестве эксперимента был предложен к просмотру художественный фильм «Москва слезам не верит», отражающий временной промежуток времени, начиная с шестидесятых и заканчивая восьмидесятыми годами прошлого столетия. Перед ними была поставлена исследовательская задача: при просмотре фильма обращать внимание на те нормы и ценности, которые формировали отношение советского человека к труду, занятости, семье, дружбе, любви, достатку. В результате при написании тематического эссе

студентами были отмечены изменения не всех основополагающих нормативных конструктов общества, но большинства из них, причем трансформация ими была обнаружена и в том историческом отрезке времени, который представлен в кинофильме: «Забавно, что фильм я этот смотрела много раз, но вот на то, как общество, например, относилось к матери-одиночке, ни разу не обращала внимания. Или отношения между парнем и девушкой: сцена из 1960-х гг. – дружинники делают замечание парочке, которая идет по улице обнявшись. И то, что в 1980-х открытое проявление чувств на улице – так хорошо знакомо нашему современному обществу». Другой пример: «Отношение к достатку и к так называемой московской прописке совершенно не изменилось с течением времени, а вот семейные ценности, тут, можно сказать, небо и земля: искренние отношения, вера в настоящую семью сменились неприкрытым цинизмом и прагматизмом. Замечу, что некоторые зачатки этого в героине И. Муравьевой высмеиваются и преподносятся как явно негативные, для современной же девушки удачно выйти замуж, выбирая мужа по тем же критериям, это является нормой». Важным является то, что образцы общественного поведения героев фильма действительно, являются идеологической основой формирования общественного сознания советского человека – современный российский кинематограф для такого социологического анализа может быть использован с большим трудом: общество представлено в нем зачастую в гротескной, заведомо искаженной форме.

Еще одним примером такой исторической ретроспекции является социологическое исследование в рамках дипломной работы: «Общественное восприятие феномена роскоши: историческая ретроспектива». Отличием от приведенного выше эксперимента по использованию данной методики социологической оценки является комплексность методов изучения феномена роскоши в совокупности количественного и качественного анализа. Предполагается проведение анкетного опроса различных групп широкой общественности с целью выяснения их представлений о том, что можно отнести к роскоши, а также интервью с руководителями торговых организаций, предлагающих к продаже предметы роскоши – их экспертное мнение позволит выяснить, кто и зачем их приобретает. Два данных метода дают оценку феномена роскоши в современном обществе. Третий метод, позволяющий изучить исторические аспекты общественного восприятия феномена роскоши, – литературная ретроспекция. В произведениях художественной литературы, условно отобранной с начала 1920-х гг. и до современности, предполагается анализ описания советского быта и отношения общества к нему. Результатом дипломного исследования будет сравнение общественного мнения современных россиян и граждан Советского Союза по тому, что является роскошью, и что она дает ее владельцу. Представим некоторые предварительные результаты данного исследования: мнение одного из экспертов: «Ну что? Ну, покупают у нас часы и за сто и за пятьсот тысяч рублей. Роскошь? Да, конечно, это роскошь, если ты берешь часы, чтобы просто тикали – время показывали, то это так... А вот за такую цену, да еще, если и не первые они у тебя – вот это и есть роскошь. Так же и с ювелиркой, машинами и квартирами. Зачем? Для кого-то это вложение средств, хотя мне кажется, это уже и не роскошь тогда, а для кого-то статусность». Историческая ретроспекция может быть проанализирована на примере отрывка произведения И. Ильфа и Е. Петрова «Двенадцать стульев»: «Приходилось бороться во всех областях жизни. Недавно были получены фотографии мисс в ее новом замке во Флориде. Пришлось и Эллочке обзавестись новой мебелью. Эллочка купила на аукционе два мягких стула. (Удачная покупка! Никак нельзя было пропустить!) Не спросив мужа, Эллочка взяла деньги из обеденных сумм. До пятнадцатого оставалось десять дней и четыре рубля. Эллочка с шиком провезла стулья по Варсонофьевскому переулку» [1]. Предметами роскоши выступают и стулья, и пресловутое ситечко для чая, в сравнении с современными предметами роскоши они выглядят копеечно и несерьезно, однако, если обратиться к историческим фактам, то роскошью в период времени, описанный Ильфом и Петровым, да и в последующие годы являлись предметы быта, для современного человека не имеющие практически никакой ценности, а в тот момент, создававшие определенный домашний уют и отличавшие их хозяина от других обывателей советских коммуналок. Таким образом, к статусности советских предметов роскоши можно добавить еще и их утилитарность. Следовательно,

литературные произведения в данной методике выступают своего рода беспристрастными архивными документами, отражающими исторические особенности социологических оценок.

Однако важнейшим методологическим моментом такого рода исследований становится недопущение субъективности трактовки ретроспективных фактов со стороны исследователя. Избежать такого риска позволит обязательное дополнение метода кинематографической или литературной ретроспекции классическими методами интервью с очевидцами изучаемых событий. В случае же отдаленности исторического периода времени, такой метод становится единственно возможным.

Литература

- 1 Ильф И.А. Петров Е.П. Двенадцать стульев. – М.: АСТ, 2010.

П.М. Федоров

СРАВНИМОСТЬ ИЗМЕРЕНИЙ СОЦИАЛЬНЫХ УСТАНОВОК В ОТНОШЕНИИ МИГРАНТОВ В МЕЖДУНАРОДНЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ

ФЕДОРОВ Петр Михайлович – кандидат социологических наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ПИУ им. П.А.Столыпина – филиала РАНХиГС. E-mail: 263816@mail.ru

Широкие возможности для использования кросскультурных исследований доминирующих в общественном сознании установок открывают международные исследовательские проекты: Европейское социальное исследование (European Social Survey, the ESS) и Всемирное исследование ценностей (World Values Survey). Открытый доступ к данным этих исследований превращает их в «живой» проект, стимулируя компаративные исследования отечественных социологов [например, Грязнова, Магун, 2012]. Однако часто за рамками компаративного исследования оказываются методологические вопросы. Попытаюсь оценить с позиции методологии компаративного исследования возможности и ограничения международных социологических исследований в оценке социальных установок в отношении мигрантов. Базовым допущением компаративного анализа доминирующих в общественном сознании социальных установок выступают предположения о межгрупповой сравнимости структуры модели этих установок и инструментов ее измерения (методов измерения и сбора данных) (Burne, 1989).

Одним из аспектов структурной сравнимости выступает сравнимость значений объекта исследования в разных культурах. Так, в Европейском социальном исследовании в вопросах, связанных с изучением антимигрантских установок, используются понятия «национальность», «этническая группа» («следует ли позволить людям той же расы или национальности, что и большинство населения страны, переезжать жить в нашу страну? А как насчет людей, которые по национальности или расовой принадлежности (в англоязычной анкете – «different race or ethnic group») отличаются от большинства населения страны?). Однако необходимо учесть, что этничность, как фактор социальной стратификации, играет разную роль, что может исказить результаты межкультурного сравнительного анализа этих данных. Смысл понятия «национальность», «этническая группа» в контексте социальных отношений различен для представителей различных в социокультурном плане современных европейских обществ. Для современных россиян национальность (этническая группа) выступает инструментом построения идентичности, наряду с гражданством и усвоением культурных норм, чего не скажешь, например, о французском обществе, в котором этническая группа играет более скромную роль в конструировании идентичности.

Другим аспектом сравнимости данных международных социологических исследований выступает функциональная сравнимость объекта исследования в разных культурах. Например, в исследовании WVS для изучения социальной дистанции в отношении мигрантов и иностранных рабочих используется вопрос: «Назовите группы, с представителями которых Вы не хотели бы жить по соседству». Но соседи играют различные роли для представителей стран, в которых значительная часть

населения проживает в многоквартирных домах и стран, в которых более распространены отдельные домовладения (56% домохозяйств во Франции, но только 26% российских домохозяйств). Очевидно, что операционализация исследуемой категории социальной дистанции в отношении мигрантов и антимигрантских социальных установок при помощи вопроса о «нежелательных соседях» имеет наряду с достоинствами и существенные ограничения при проведении сравнительно-культурного исследования.

Не менее важна для компаративного анализа доминирующих в общественном сознании социальных установок и сравнимость методов измерения и сбора данных. Применительно к данным международных социологических исследований это означает, что межстрановому сравнению средних значений социальных установок в отношении разных категорий мигрантов должна предшествовать оценка сравнимости измерений этих переменных. Одним из методов такой оценки выступает факторный анализ (confirmatory factor analysis), имеющий целью построение модели, в которой переменные, измеряющие социальные установки, выступают индикаторами скрытой переменной, обуславливающей их значение. Сходство параметров факторных моделей, построенных для выборок разных стран, в этом случае будет выступать свидетельством сравнимости измерения социальных установок. В результате проведения факторного анализа по материалам ESS получены сравнительные данные для 9 стран (табл. 1). Для респондентов из Российской Федерации, также как и для других стран, сформирована однофакторная модель: социальные установки респондентов в отношении

- мигрантов той же расы или национальности, что и большинство населения;
- мигрантов, которые по национальности или расовой принадлежности отличаются от большинства населения;
- мигрантов из более бедных стран за пределами Европы,
- в значительной степени определяются одним общим фактором – отношением к мигрантам в целом.

Таблица 1 Параметры факторных моделей антимигрантских установок

Страна	Доля (%) объясняемой факторной моделью вариации	Коэффициенты корреляции с выявленным фактором переменных:		
		«Следует ли позволить людям той же расы или национальности, что и большинство населения/страны/переезжать жить в нашу страну?»	«А как насчет людей, которые по национальности или расовой принадлежности отличаются от большинства населения /страны/?»	«А если говорить о людях из более бедных стран за пределами Европы?»
Россия	72	,746	,917	,874
Германия	79	,862	,926	,879
Франция	81	,902	,929	,875
Англия	85	,903	,948	,908
Польша	86	,917	,944	,920
Ирландия	87	,919	,955	,922
Швеция	87	,921	,962	,919
Голландия	85	,932	,948	,885
Испания	92	,948	,974	,962

Однако для Российской Федерации эта модель описывает меньшую часть вариации 72% (наименьшее значение). При этом факторная нагрузка переменной, измеряющей социальные установки в отношении мигрантов другой национальности выше, чем переменной, измеряющей социальные установки в отношении мигрантов той же национальности (для других стран факторная

нагрузка отличается в меньшей степени). Кроме того, корреляция этих двух переменных для российской части выборки значительно меньше, чем для выборки других европейских стран.

Одной из важнейших социальных функций системы западноевропейского образования выступает противодействие ксенофобии и формирование гражданской идентичности. В этой связи интересен анализ зависимости выделенного фактора антимигрантских установок с образовательным уровнем респондентов. Проведя корреляционный анализ выделенного фактора с переменной, характеризующей образовательный уровень респондента (продолжительность полных лет образования в любых образовательных учреждениях, начиная со среднего образования), можно обнаружить статистически значимую слабую зависимость для большинства стран. Обращает на себя внимание отсутствие статистической зависимости рассматриваемых переменных для выборки из Российской Федерации. Т.е. выделенный факторным анализом фактор в случае российской аудитории не только характеризуется отличной от других стран структурой, но и отличается в содержательном плане.

В заключение стоит отметить, что значимый компаративный анализ социальных установок в отношении мигрантов, основанный на методологии, используемой в современных международных социологических исследованиях, для выборки респондентов из Российской Федерации и западноевропейских стран затруднен, вследствие сложности обеспечения сравнимости измерений переменных, связанных с социальными установками в отношении мигрантов. Представляется перспективным подход в измерении региональной дифференциации установок россиян и их динамики во времени.

Литература

- 1 Грязнова О.С., Магун В.С. Запросы жителей европейских стран на государственную социальную поддержку и их базовые ценности// «Социальная Политика: Экспертиза, Рекомендации, Обзоры». 2012. № 17.
- 2 Testing for the Equivalence of Factor Covariance and Mean Structures: The Issue of Partial Measurement Invariance/ Barbara M. Byrne, Richard J. Shavelson, Psychological Bulletin, 1989. Vol. 105, N 3. P. 456–466.

В.М. Хабибулина

ТЕСТИРОВАНИЕ ПОДХОДА: СЕМЕЙНАЯ ПАРА КАК ЕДИНИЦА АНАЛИЗА ПРИ РАБОТЕ С БАЗАМИ ДАННЫХ RLMS

ХАБИБУЛИНА Виолетта Максудовна – кандидат биологических наук, Master of Public health АНО «Институт социальных исследований и гражданских инициатив» (Казань), E-mail: vioksu@gmail.com,

Благодарность:

Это исследование поддержано Social Science Research Council грантом Ford Foundation Moscow. Менторскую поддержку оказала Dr Cynthia Buckley, PhD (The University of Texas, Austin, USA).

Есть много проблем, социальных и медицинских, которые требуют нового методологического подхода к совместным измерениям у обоих супругов и к самому понятию 'пара как единица анализа'; и одной из основных характеристик матрицы данных становится согласованность между ответами супругов.

Согласованность между ответами супругов по вопросам, связанным с объективными событиями репродуктивного здоровья, значительно выше, чем в отчетах по таким субъективным показателем, как установки и намерения (Becker S., 1996). В одном из первых анализов данных RLMS по супружеской тематике авторы успешно создали сложную модель логических цепочек, объясняющих воспринимаемое здоровье супругов (perceived health), однако отдельно для жены и для мужа (Westman

М., и др., 2008). Что касается сексуального рискованного поведения в брачных союзах – были представлены убедительные доказательства низкого использования презерватива (как главного критерия защищенного секса), однако сравнение было между женатыми и неженатыми людьми (Gerber T.P., Berman D., 2008).

Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения, RLMS (PMЭЗ-ВШЭ) – единственное лонгитюдное обследование домашних хозяйств в России – был разработан с уникальным номером для домашнего хозяйства, но не для пары. Для наделения семейной пары уникальным номером необходимо использование многоступенчатого подхода.

Цель исследования: базы данных RLMS с дополнительным блоком «сексуальное здоровье» используются для конструирования пары как новой единицы анализа и для проверки надежности конструкта.

Мы работали с двумя раундами R10 (2001) и R12 (2003), потому что «сексуальное здоровье» было представлено только в те годы. Рабочая база данных был создана путем слияния трех наборов данных («Сексуальное здоровье» + «Индивидуальная анкета» + «Домохозяйство» = СИД) по идентификационному номеру семьи ID и включала полную информацию для всех лиц, заполнивших дополнительный вопросник по сексуальному поведению.

На следующем этапе мы определяли супружескую пару внутри этой совмещенной базы данных, используя три критерия включения: 1) любой ответ по пункту «семейное положение» в сексуальном вопроснике, в том числе, и пропущенное значение, 2) заполненный индивидуальный вопросник и 3) установленный статус «супруг(-а) с другим членом семьи в данном домохозяйстве» в соответствии с релевантным вопросником.

Этим «потенциальным» супругам был присвоен уникальный номер пары в каждом домашнем хозяйстве, в зависимости: i) от его/ее номера в домохозяйстве и ii) ответа члена семьи, ответственного за заполнение единой анкеты на домохозяйство. Последний ответ трактовался со слов респондента и не важно было супруги, находятся в зарегистрированном браке или нет. Это был длинный код программирования – «если отношения # G с # L является = 1, и наоборот, то G и L являются супругами одного и того же союза в этой семье». Затем данный набор данных был преобразован в набор данных, состоящий из «потенциальных пар»; и, наконец, мы отфильтрованы те пары, чьи супруги не участвовали в этом раунде опроса. Наши окончательные наборы включали 1450 и 1496 пар (R10 и R12, соответственно), что было от начальных десяти и двенадцати тысяч респондентов в индивидуальных базах данных (R10 и R12, соответственно).

В этой новой «базе данных по парам» мы получили «пара» как единица с некоторыми «одиночными» переменными (из вопросника Домохозяйства) и другие как «дублированные», т.е., которые отдельно представлены для жены и мужа. Среди «одиночных» переменных, представляющих интерес, основные методологические барьеры были связаны с самооценкой продолжительности брака в сексуальных вопросниках.

Тестирование конструирования супружеской базы данных – часть А.

Переменные – «x9 « на 2001 год и «Y9 « за 2003 год – «Сколько лет вы находитесь в этом зарегистрированном или незарегистрированном союзе?» ; 'Union_difference' = (ответ Мужа – ответ жены, в годах).

В качестве примера распределение для R-12, PMЭЗ -2003:

- пропущенное значение – у 182 пары;
- [- 19л ; - 2л] = 3,6% – жены показали более длительный срок, чем мужья;
- [- 1г] = 7,6% – жены показали более длительный срок, чем мужья;
- [0л] = 75,8 – равная продолжительность брака («зарегистрированы они или нет»);
- [+1л] = 8,8% – жены показали меньшую продолжительность, чем мужья;
- [+2л; +19л] = 4,2% – мужья показали большую длительность, чем жены.

Это расхождение в продолжительности более, чем один год, может быть связано с:

- 1 в RLMS нет отдельных показателей для зарегистрированных или незарегистрированных союзов;
- 2 один член семьи является ответственным за присвоение индикатора '1' для двух человек, [что означает супруги], исходя из его / ее мнения;
- 3 может быть ошибка интервьюера, потому что это сложная матрица – таблица с вопросами, которые необходимо заполнить с использованием сложных кодов;
- 4 вряд ли это случай намеренной лжи, потому что разница составляет не более 20 лет (из максимальных 30 лет продолжительности брака в соответствии с оригинальными ответами).

Чем матрица-таблица сама по себе может быть полезна или нет в решении этих вопросов и для «двойной проверки и чистки» базы данных:

- 1 Есть возможности проверить: I) пол обсуждаемого члена семьи; II) год рождения; III) наличие в семье на день обследования; IV) причину отсутствия в домохозяйстве на дату обследования.
- 2 Не является полезным – в рабочих базах данных нет ни дня, ни месяца рождения члена семьи, хотя эта информация заполняется в опросной карте; к сожалению, нет какого-либо персонального идентификационного номера для каждого члена семьи, чтобы тем самым проверить наиболее точным и быстрым способом.

Для нашей практической задачи мы пришли к выводу, что около 50 пар (~ 3%) имеют разницу в годах по ответам жены и мужа более чем три года (от 4 до 19 лет), и эти пары были исключены в последующем анализе по теме репродуктивного здоровья.

Тестирование конструирования супружеской базы данных – часть В.

Переменная «использование презерватива» во время последнего супружеского сексуального акта за последние 12 месяцев измерялась на «парном» уровне [согласование ответов жены и мужа].

Согласованности ответов жены и мужа (из одной и той же пары):

- «Странные» расхождения – «Да – Нет» для (45 + 49) пар;
- «Странная» потеря памяти для (20 + 21) пар (для обоих или одного из супругов)

Таким образом, в отношении представленной картины сексуального поведения мы имеем следующие результаты по согласованности ответов супругов:

- 001 раунд – 0,9206 согласованность на «да» или «нет», 0,00137 – оба «не знаю», 0,0779 – несогласованность на «да» / «нет» / «не знаю»;
- 2002 раунд – 0,9131 согласованность на «да» или «нет», 0,0034 – оба «не знаю», 0,0851 – несогласованность на «да» / «нет» / «не знаю»;

Дальнейшее развитие исследования для международного сравнения:

Учитывая то, что «продолжительность союза» является объективным измерением, следовательно, расхождение в ответах супругов должно быть принято во внимание при работе с новой переменной 'семейная пара'. Что касается CNEF (Cross-National Equivalent Files) должно быть дополнительное усовершенствование, потому что в «RLMS – HSE файле страны» в составе 34 переменных (за 2001 и 2003 гг.) только индивидуальный номер и номер домохозяйства, и нет данных

из матрицы домохозяйства выявить отношения между членами домохозяйства. Кроме того, по сравнению с другими странами в базе данных RLMS – HSE нет показателей «Статус по отношению к главе домохозяйства» и «Указание жена / муж в домохозяйстве». Однако есть десяток показателей состояний здоровья и других переменных [очень перспективных в области исследований общественного здравоохранения], связанных с самооценкой здоровья и удовлетворенностью жизнью.

Литература

- 1 Becker S. Couples and reproductive health: a review of couple studies // Studies in Family Planning, 1996, 27(6): 291-306.
- 2 Gerber, T. P., Berman D. Heterogeneous Condom Use in Contemporary Russia // Studies in Family Planning, 2008, 39(1):1-17.
- 3 Westman M., Keinan G, Roziner I., and Benyamini Y. The Crossover of Perceived Health between Couples // Journal of Occupational Health Psychology, 2008, 13:168-180.

Т.С. Швецова

ОБРАЗ СОЦИОЛОГА КАК ИСТОЧНИК ОШИБОК В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ

Швецова Татьяна Сергеевна – студентка 4-го курса департамента политологии и социологии Института социальных и политических наук Уральского федерального университета имени Первого президента России Б.Н.Ельцина; почта: tanerkassh@rambler.ru

Современные исследования общественного мнения продвинулись далеко вперед со времен «соломенных опросов» и Дж. Гэлпа в США и деятельности Б.А. Гришина, который первый вплотную занялся изучением феномена общественного мнения в нашей стране.

При этом актуальной до сих пор остается одна из основных проблем социологического исследования – зависимость качества социологической информации от внешних факторов. Личность социолога, как разработчика исследования, по-прежнему оказывает значительное влияние и на полученные результаты, и на самого респондента через образ, создаваемый в СМИ и в русле повседневности. Влияние социолога на респондента в данном случае опосредованно, соответственно, оно приводит к иным последствиям, нежели непосредственное влияние интервьюера на респондента в процессе опроса. С другой стороны, есть и общее: незитично сформулированный и неправильно (сокращенно) прочитанный вопрос может оказаться неинформативным в результате; оба образа (и интервьюера, и социолога) формируются под воздействием СМИ, референтной группы и зачастую отражают субъективную информацию об этих специалистах. При этом образ социолога, объективно отражающий интеллектуальную и профессиональную составляющую его деятельности, может позитивно влиять на качество социологической информации, поскольку он (образ) привлекает и располагает, настраивает общественность на изменения, ему можно доверить свои проблемы, привычки, вкусы. Такой социолог может беспрепятственно изучать население. К сожалению, как показывает проведенный нами анализ, образ социолога в современной России далеко не так радужен, и он скорее мешает социологическим исследованиям, чем помогает. Таким образом, представления о социологе в общественном сознании, безусловно, сказываются на качестве результатов социологических исследований, что, в свою очередь, является актуальным полем для анализа.

С целью изучения портрета социолога в общественном сознании нами была разработана модель исследования, первым этапом которого является изучение образа социолога в профессиональном сообществе. В ноябре 2013 г. было проведено социологическое исследование, в рамках которого мы использовали поливариантную стратегию: анкетирование студентов-социологов и полужурналистское интервью социологов-профессионалов (практики и преподаватели). Согласно

логике нашего исследования мы пытались проследить особенности формирования образа социолога в процессе профессионального обучения и оценить неизменность этого образа под влиянием профессионально деятельности.

Для выявления портрета социолога среди студентов была выбрана техника полярных профилей. В целом портрет оказался почти полностью положительным и поэтому предсказуемым. Однако мы обнаружили некоторые различия в интерпретации, в зависимости от курса обучения. Старшие курсы считают социолога более ответственным, чем первый. Так же старшие курсы думают, что социолог скорее честный, тогда как первый курс не смог определиться – «и не честный, и не лживый» в равной степени. Обнаружено расхождение и в том, что первокурсники считают социолога более свободным, чем думают старшие курсы. Это можно объяснить наличием опыта работы у старших курсов (57% – имели старшекурсников опыт работы, 15% – на первом курсе).

Треть опрошенных затруднилась с формулировкой имени наиболее яркого представителя данной профессиональной группы. Тем не менее, из ответивших 41,9% назвали представителей западных социологии, имена таких представители классической социологии как К. Маркс, М. Вебер были наиболее популярны. 19,8% студентов назвали представителей русской (советской) социологии, такие как Ю.А. Левада, Г.Э. Зборовский, Б.З. Докторов. Почти треть студентов, называли преподавателей из своих вузов (Л.А. Журавлева, Т.В. Пермькова, С.Б. Абрамова, Н.Н. Маликова, О.В. Рыбакова). Такое распределение свидетельствует о том, что в создании студентов не сформирован однозначный, абстрактный портрета социолога как профессионала, и представления о дальнейшей деятельности связаны с субъективной ситуацией – кто сегодня ведет лекции, кого сегодня изучаем – тот и социолог. Это отражено и в других результатах исследования: студенты мало понимают, в чем конкретное отличие профессии социолога от какой-либо другой профессии. Наиболее яркими выдающимися чертами данной профессиональной группы были названы следующие: работа с социологическими программами (3,6% ответивших), создание социологических исследований (8,9% ответивших). При этом определиться с выбором смогли немногие студенты.

Аналогичная ситуация была выявлена и в ходе анализа представлений социологов-профессионалов – у них, также как и у студентов, нет четкого представления об отличительных чертах своей профессии. Так, у группы преподавателей не возникает при слове «социолог» каких-то ярких, конкретных ассоциаций. Они настаивают, что видят и знают слишком много ипостасей социолога: и студенты, и студенты-магистры, аспиранты, кандидаты, профессура, различные работники социологических частных, государственных организаций. И в связи с этим не могут сформулировать конкретные черты.

С другой стороны, группа практиков вполне справилась с этой задачей. Они отметили, что «социолог – это тот, кто может решить проблемы, который очень много знает, и не только об обществе, который вечно занят и слегка безумен».

В целом, следует отметить, что отсутствие четкой самоидентификации на разных уровнях становления профессионального социолога негативно сказывается на включенности в дальнейшую практическую деятельность, что, безусловно, влияет на респондентов – на их отношение к социологии и социологическим исследованиям, а также снижает качество получаемой информации.

Е.В. Щанина **ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МЕТОДА РЕПЕРТУАРНЫХ РЕШЕТОК**

ЩАНИНА Екатерина Владимировна – кандидат социологических наук, доцент кафедры «Социология и управление персоналом» Пензенского государственного университета. E-mail: shchanina@mail.ru

Репертуарные Решетки – методика исследования индивидуальной категориальной структуры личности, предложенная в 1950-х гг. американским психологом Джорджем А. Келли (1905–1967) для изучения того, как человек воспринимает, интерпретирует, оценивает и прогнозирует свой жизненный

опыт и окружающий мир [1].

Метод, разработанный в психологии для описания личности испытуемого, применяется в прикладной социологии, например, для исследований политических предпочтений, в маркетинге, организационной диагностике.

Достоинством решетки, по словам Ф. Франселлы, служит то, что ее валидность не только определяется способностью дифференцировать группы до начала и после эксперимента, но и позволяет проверять гипотезы относительно различий в психологических процессах у представителей различных групп. К данным, полученным от одного конкретного испытуемого, можно применить весь арсенал статистических методов, традиционно используемых для групповых данных. Репертуарные решетки можно считать специфической разновидностью структурированного интервью [2].

Метод репертуарных решеток можно рассматривать как альтернативу анкетному опросу.

Репертуарная решетка представляет собой матрицу, которая заполняется либо самим испытуемым, либо экспериментатором в процессе обследования или беседы. Столбцам матрицы соответствует определенная группа объектов (называемых в данной традиции элементами). В качестве объектов могут выступать люди, предметы, понятия, отношения, звуки, цвета – все, что интересует психодиагноста. Строки матрицы представляют собой конструкты – биполярные признаки, параметры, шкалы. Конструкты либо задаются исследователем, либо выявляются у испытуемого с помощью специальных приемов и процедур выявления. В процессе заполнения репертуарной решетки испытуемый должен оценить каждый объект по каждому конструкту или каким-то другим образом поставить в соответствие элементы конструктам. Определение репертуарная означает, что элементы выбираются по определенным правилам, так, чтобы они соответствовали какой-либо одной области и все вместе были связаны осмысленным образом (контекстом) аналогично репертуару ролей в пьесе. Предполагается, что, изменяя репертуар элементов, можно настраивать методики на выявление конструктов разного уровня общности и относящихся к разным подсистемам. Второй смысл этого определения заключается в том, что в технике репертуарных решеток часто элементы задаются в виде обобщенных инструкций («мужчина, ровесник, к которому вы относитесь положительно», «человек, оказавший сильное влияние на ваши взгляды»), репертуара ролей, на место которых каждый конкретный человек мысленно подставляет своих знакомых людей или конкретные предметы, если в качестве элементов заданы названия предметов.

Анализ репертуарной решетки позволяет оценить силу и направленность связей между конструктами заполнившего ее человека, выявить наиболее важные и значимые параметры (глубинные конструкты), лежащие в основе конкретных оценок и отношений, построить целостную подсистему конструктов, позволяющую описывать и предсказывать оценки и отношения человека (своеобразную индивидуальную семантическую карту).

Таким образом, суть метода заключается в следующем: испытуемый шкалирует ряд объектов по определенным изменениям, на основании данных полученной решетки можно проводить анализ взаимоотношений между объектами в восприятии индивида, получить информацию о сходстве и различии между ними, выделить классы.

Репертуарные решетки могут применяться и применяются в качестве эффективного инструмента в экспертной оценке, где они позволяют не только классифицировать объекты оценки или получать шкалы предпочтений, но и, реконструировав систему субъективных шкал, понять и объяснить возникновение каждой оценки и учесть индивидуальную точку зрения каждого эксперта.

Этот метод сулит большие перспективы в качестве эффективного средства самоанализа и самопознания. Он позволяет выявить противоречия в оценках, конфликты ценностей и установок человека.

Можно использовать репертуарные решетки и для оценки динамики состояния человека, например в процессе рабочего дня или в процессе выполнения какой-либо сложной или утомительной деятельности.

Репертуарные решетки – незаменимый метод для задач профориентации и профконсультирования. С их помощью легко выявить индивидуальную систему представлений

человека о различных профессиях, разобраться в причинах предпочтения данным конкретным человеком той или иной профессии, выявить конфликтные представления и неадекватные оценки. При работе с коллективом этот метод можно использовать в качестве средства получения взаимооценок, исследования точности межличностного восприятия, изучения различий понимания членами группы групповых целей и задач.

Метод репертуарных решеток –современный метод, ориентированный на использование ЭВМ. Несмотря на то что существуют различные типы обработки репертуарных решеток “вручную”, без применения ЭВМ (некоторые из которых приведены и в настоящем руководстве), ориентироваться на них нецелесообразно. Достоинства и преимущества этого метода полностью раскрываются тогда, когда есть возможность, проведя исследование, быстро обработать результаты и проанализировать их, с тем чтобы уже при следующей встрече с испытуемым можно было уточнить и проверить возникшие предположения, составить и провести репертуарную решетку другого типа, а если это необходимо, и дополнить прежнюю, изменив репертуар элементов или выборку конструкторов. Сегодня в связи с широким распространением персональных компьютеров, когда практически каждый исследователь может получить доступ к прикладным статистическим пакетам программ, метод репертуарных решеток становится особенно перспективным.

Литература

- 1 Татарова Г.Г. Метод репертуарных решеток /Г.Г. Татарова // Тезаурус социологии. Книга 2. Методология и методы социологических исследований: тематический словарь-справочник / под ред. Ж.Т. Тощенко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.
- 2 Франсела Ф., Баннистер Д. Новый метод исследования личности: пер. с англ. М.: Прогресс, 1987.

ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА

М.В. Абрамов, А. В. Вахромеева
ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ МОНИТОРИНГА СОЦИАЛЬНЫХ МЕДИА
(НА ПРИМЕРЕ АНАЛИЗА СИТУАЦИИ В УКРАИНЕ)

АБРАМОВ Максим Викторович – аспирант Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. E-mail: mva16@list.ru

ВАХРОМЕЕВА Анастасия Викторовна – лаборант-исследователь лаборатории социологии Интернета Института гуманитарных технологий в сфере социального компьютеринга МГГУ им. М.А. Шолохова. E-mail: navellka@gmail.com

Социальные сети сегодня играют большую роль в жизни практически каждого Интернет-пользователя. По данным ВЦИОМ в социальных сетях сегодня зарегистрированы 82% пользователей Интернета (еще в 2010 г. этот показатель составлял 52%) [1]. При этом функциональное использование социальных сетей не заканчивается на коммутации и досуге. Например, политические протесты в России 2011–2013 гг. зачастую организовывались посредством социальных сетей, используя их для мобилизации масс. Сегодня перед научным сообществом встала задача анализа дискурса пользователей социальных медиа, с которой практически невозможно справиться общенаучными и социологическими методами.

На сегодняшний день российский рынок программного обеспечения для мониторинга социальных медиа представляет собой небольшой набор продуктов, имеющих преимущественно стандартную трехуровневую архитектуру, свойственную большинству веб-ресурсов современной Интернет сети, среди них можно выделить сервис IQBuzz. В настоящее время, на наш взгляд, это наиболее удобный, продуманный и доработанный продукт. Сервис IQBuzz (Айкубаз) предоставляет возможность обрабатывать информацию из Facebook, Twitter, ВКонтакте, LiveJournal, LiveInternet, Google +, YouTube, RuTube и множества других источников. Механика работы программы позволяет успешно использовать ее в качестве инструмента сбора эмпирических данных социально-политического исследования. С помощью системы поисковых запросов программа проводит мониторинг заданных оператором социальных медиа, а также сортирует собранные источники (документы) в зависимости от тональности контента по отношению к заданной оператором теме. Данная система позволяет не просто анализировать количественную составляющую массива, но и учитывать эмоциональную оценку пользователя [2].

На базе лаборатории социологии Интернета МГГУ им. М.А. Шолохова, с помощью данного приложения был проведен анализ событий в Украине в конце 2013 года, в частности выявить степень корреляции активности протестно настроенного населения в off-line и on-line пространстве. Финансирование исследования реализовано на средства гранта «Влияние Интернет-коммуникации на формирование ценностных ориентаций российской молодежи» МД-7540.2013.6 Совета по грантам при Президенте РФ.

Для анализа нами был выбран период с 1 ноября по 31 декабря 2013 г. Логика исследования строилась на основании хронологии протеста. При помощи программы были выделены пики активности пользователей и соотнесены с хронологией Евромайдана. Важно было рассмотреть не только количественную составляющую полученных данных, но и содержание сообщений.

Чтобы отследить мотивацию протестующих мы разделили их на условные группы. Первая группа – это люди, которые выступают за ассоциацию Украины с Евросоюзом. Ко второй группе были

отнесены те, кто выступает против политики Виктора Януковича и партии власти, т.е. люди, недовольные не конкретным решением о замораживании подготовки к подписанию соглашения с ЕС, а в принципе политическим курсом Украины. Третью условную группу составляют представители политического движения, направленного против Таможенного союза и в целом дружественных отношений с Россией. Также на Майдане присутствует и электорат оппозиционных партий и лидеров Украины. Следует отчетливо понимать, что отрицание политики действующего президента – еще не основание для приверженности к политическому курсу оппозиции, именно поэтому мы выделяем их в отдельную группу. Последняя группа – это люди, для которых волнения в Киеве являются способом заработка, т.е. те, кто присутствуют там за деньги.

При рассмотрении динамики протеста в Украине через призму дискурса участников блогосферы мы получили следующие результаты (рис. 1). Дискурс пользователей в блогосфере является прямым отражением событий в off-line пространстве и развивается в соответствии с динамикой протеста непосредственно «на улицах», т.е. чем острее и активнее проходят действия, тем активнее пишут об это на просторах социальных сетей.

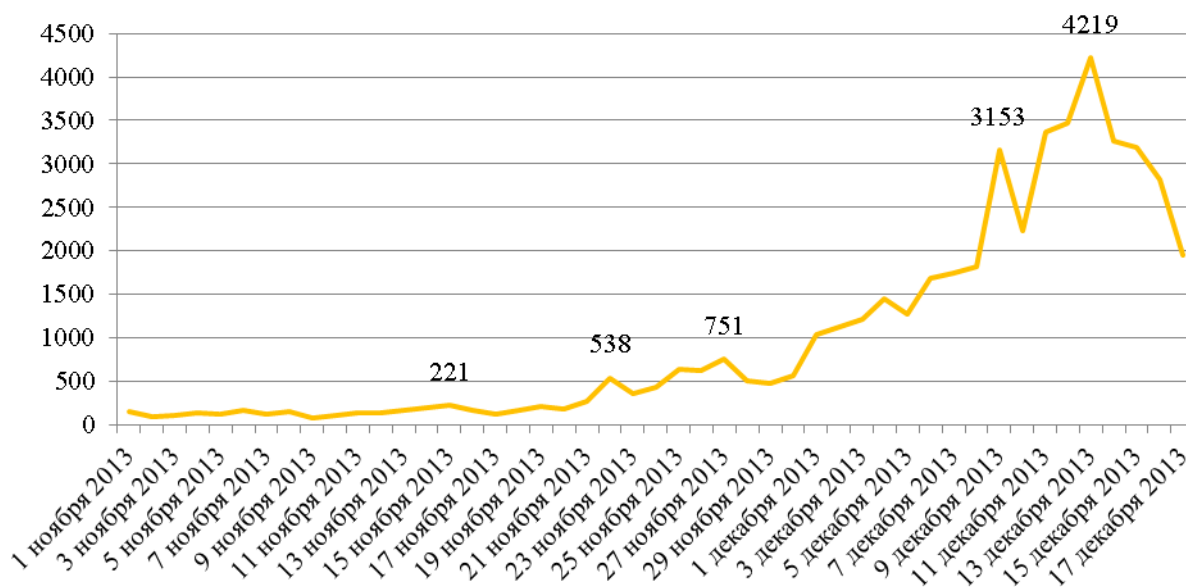


Рисунок 1 – Динамика сообщений пользователей социальных сетей

Анализ количества документов по выше заявленным подрубрикам показывает, что наиболее часто в сети встречалась лексика призывного характера с поддержкой ассоциации Украины и Евросоюза. В меньшей степени встречались сообщения с поддержкой оппозиционных лидеров. Антироссийские позиции высказывались реже, чем оппозиционные (рис. 2). При этом более аргументированно и логично высказываются пользователи, придерживающиеся мнения о том, что ассоциация с Европейским союзом пагубно скажется на жизни граждан и стабильности государства в целом. Сообщения же приверженцев западного вектора высказываются крайне эмоционально и агрессивно. С одной стороны, это можно объяснить отсутствием информированности граждан об особенностях договора об ассоциации, возможных последствиях, в особенности позитивных, так как о негативной стороне вопроса развернуто высказываются противники ассоциации. С другой – более грамотные сообщения сторонников Януковича могут свидетельствовать о фактах некоего мобилизационного влияния на пользователей со стороны властей посредством Интернет, в особенности эта возможность прослеживается в период 13–14 декабря.

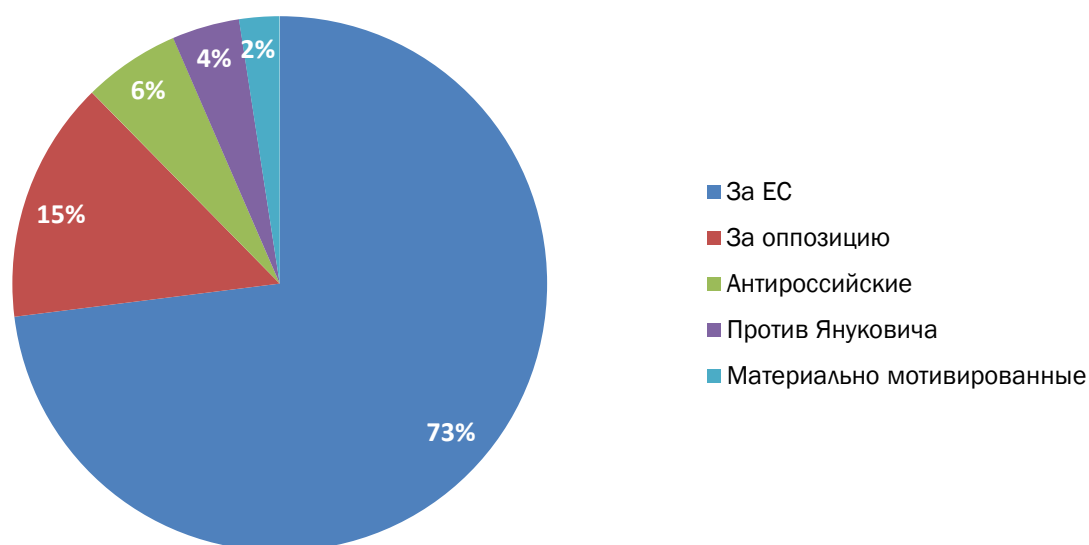


Рисунок 2 – Соотношение количества сообщений по выделенным группам

Стоит отметить результаты, которые мы получили по вопросу отношения украинских пользователей к России и сотрудничеству с нашим государством. В любом случае это отношение имело негативный оттенок. Если пользователи высказывались в пользу ассоциации, то достаточно негативно говорили о недостатках сотрудничества с Россией, акцентировали внимание на выгодах РФ и потерянных возможностях в случае подписании договора с ЕС. Сообщения же противников интеграции содержали разочарование в необходимости сотрудничества с Россией.

Основной задачей в этом исследовании, которое являлось пилотным, было сравнение хронологии протеста и активности дискурса пользователей в социальных медиа по изучаемому вопросу. Мы выделили прямую зависимость между степенью обострения обстановки «на улицах» и пиками активности в обсуждениях пользователей. Так, эскалация конфликта между оппозицией и властью совпала по времени с не только количественным пиком сообщений в социальных сетях, но и с изменением эмоционального настроения контента до крайне негативного. Это дает нам возможность сделать вывод о том, что измерение социальных сетей позволяет делать срезы фактически напрямую от участников событий, более того, проводить это в короткие сроки. Для качественного и разностороннего анализа проблемы нам видится необходимость разработки комплексной методологии, которая наряду с компьютерным мониторингом посредством IQbuzz будет содержать ситуационный анализ событий и контент-анализ полученных программой документов. Такой подход позволит не только глубже изучить события конца 2013 г. и начала 2014 года, но и спрогнозировать их развитие.

Литература

- 1 Россияне «в сети»: рейтинг популярности социальных медиа. // ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 1951; <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=112476> (по состоянию на 03.02.2014).
- 2 IQBuzz; <http://iqbuzz.ru/about.php> © IQBuzz (по состоянию на 03.02.2014).

В.А. Артюхина

**ПАСПОРТИЗИРОВАНИЕ ПРОТЕСТНЫХ АКЦИЙ ПО МАТЕРИАЛАМ СЕТИ ИНТЕРНЕТ
(НА ПРИМЕРЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПРОТЕСТНОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ
АЛТАЙСКОГО КРАЯ)**

АРТЮХИНА Валентина Андреевна – кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры эмпирической социологии и конфликтологии Алтайского государственного университета. E-mail: awalentina@mail.ru

Современное человечество переживает сложное время, когда в большинстве государств происходят революции, гражданские войны, бунты, восстания, массовые беспорядки, другие социальные протесты. Страны арабского мира и бывшие советские республики стали ареной острых стычек взаимно недовольных друг другом групп людей. Протестная тематика актуальна и в современной России, хотя она не находит адекватного отражения в средствах массовой информации.

Следует согласиться с теми исследователями протестной проблематики, которые считают, что современные печатные СМИ отображают протестную активность населения России тенденциозно, неадекватно. Так, К. Клеман отмечает, что действия и имидж участников протестных акций подаются в информационном поле в искаженном виде, либо вообще игнорируются [1].

В этих условиях альтернативу традиционным СМИ составила сеть Интернет, ставшая неотъемлемой частью современной цивилизации. «Современное общество характеризуется бурным развитием компьютерных коммуникативных технологий и Интернета... Интернет проник практически во все сферы жизни общества» [2, с. 101].

В современной действительности Интернет стал не только источником информации об особенностях протестного поведения населения, но и инструментом координации действий самих протестующих. Так, Нельзя отрицать роль современных технологий в революционных процессах на Ближнем Востоке, которые многие аналитики называют «твиттерреволюцией» [3]. Протестные акции, охватившие Россию после выборов в Государственную Думу 4 декабря 2011 г., также были организованы не без помощи современных средств связи. Социальный протест, зародившийся на страницах социальных сетей и блогах, перешел в инцидентную стадию.

Принимая во внимание все указанные выше обстоятельства, можно с уверенностью сказать, что анализ Интернет-информации обязателен для научного анализа современного протестного поведения населения.

Одним из методов сбора и анализа социологической информации о протестных акциях, описанных в сети, выступает их паспортизирование. На основе этого метода была собрана и систематизирована информация о 412 акциях публичного протеста, произошедших в Алтайском крае с 2000 по 2011 г., ставших предметом рассмотрения СМИ и Интернета. Было зафиксировано более 1180 информационных и аналитических статей. Были проанализированы информационные сообщения на сайтах оппозиционных политических партий, новостные порталы Алтайского края, сайты общественных организаций и другие Интернет источники.

Паспорт каждой отдельной акции протеста включает информацию о: 1) дате проведения; 2) количестве участников; 3) организаторах; 4) основных требованиях; 5) лозунгах, озвученных протестующими; 6) наличии или отсутствии реакции со стороны органов власти на протестную акцию.

Сопоставление этих паспортов позволило классифицировать реально состоявшиеся акции протеста по разным основаниям и уловить некоторые тренды социального протеста.

Остановимся на некоторых характеристиках выявленной динамики развития протестного поведения населения Алтайского края.

Во-первых, из проанализированных данных явствует, что к основным причинам социального протеста в Алтайском крае можно отнести следующие: низкая заработная плата жителей; неудовлетворительная экологическая ситуация, вызванная последствиями испытаний на Семипалатинском полигоне; высокие тарифы в сфере ЖКХ и их постоянный бесконтрольный рост; рот

цен на товары первой необходимости; коммерциализация образования и здравоохранения; незаконные действия застройщиков жилых домов, приводящие к появлению так называемых обманутых дольщиков.

Во-вторых, рассматривая динамику социального протеста в Алтайском крае можно сделать вывод о росте количества таких акций и количества их участников во второй половине 2000-х годов. Причем был зафиксирован сезонный характер протеста. Сезонность как тенденция протестного поведения населения проявляется в двух основных отношениях: во-первых, сезонность календарная. Установлено, что пик количества участников протестных акций в Алтайском крае приходится на весну и осень каждого года. Во-вторых, сезонность политического характера, связанная с предвыборными циклами. Замечено, что рост протестных акций, организованных и правящими, и оппозиционными политическими партиями, приходится на период предвыборной борьбы последних.

В-третьих, в ходе паспортизирования было выявлено, что наиболее популярными среди населения остаются мирные, ненасильственные формы социального протеста, такие, как митинги и пикеты. Помимо сказанного важно отметить и тот факт, что помимо традиционных, отмечается появление новых, ранее не фиксируемых форм социального протеста. Получают свое распространение мирные «непривычные» акции – театрализованные пикеты, митинги-представления, флешмобы и другое. Другое новшество в практике социальных протестов – появление т.н. спекулятивных протестов, когда протестные акции используются в личных интересах их организаторов, а рядовые участники порой ничего об этом не подозревают. Для кого-то организация протестных акций стала неплохим бизнесом. К таким субъектам социального протеста можно отнести: во-первых, получателей грантов у зарубежных фондов с целью нарушения стабильности российской государственности, во-вторых, обористых типов, зарабатывающих деньги на организации протестных акций.

В-четвертых, важным представляется зафиксировать изменения в характере лозунгов протестующих, а именно происходит: а) политизация требований (большинство протестов направлено против представителей органов власти, лишь небольшую часть оппонентов протестующих составляют работодатели и иные социальные субъекты); б) радикализация протестных лозунгов, которая проявляется в ужесточении высказываний протестующих и нередких требований отставки представителей органов власти; в) интеллектуализация социального протеста в регионе (требования протестующих становятся все более грамотными, взвешенными и обдуманными).

В-пятых, была выявлены основные характеристики действий оппонентов протестующих. До середины 2000-х гг. власти реагировали на выступления граждан, пытаясь разрешить противоречия, лежащие в основе социального протеста. Во второй половине 2000-х гг. власти не только перестали реагировать на адресованные к ним протесты населения, но и начали проводить кампанию по противодействию протестным акциям, используя для этого разные способы. К таковым можно отнести: отказы в проведении митингов и пикетов, задержания, штрафы, в отношении их организаторов, использование административного ресурса, провокаций, силовых методов для подавления протестных акций. Подобные действия контрпротестующих приводят к возникновению т.н. «порочного круга протеста». Радикализация требований участников протестных акций приводит к использованию жестких мер по подавлению протеста со стороны властей, что, в свою очередь, провоцирует еще большую радикализацию социального протеста в регионе.

Таким образом, паспортизирование протестных акций может быть эффективным методом социологического исследования протестного поведения населения и может органично вписаться в традиционно используемые способы сбора и обработки социологических данных и обеспечить выявление характеристик протестов, не улавливаемых другими способами.

Литература

- 1 Клеман К. От обывателей к активистам. Зарождающиеся социальные движения в современной России [Текст] / К. Клеман, О. Мирясова, А. Демидов. – М.: Три квадрата, 2010. – 704 с.

- 2 Силаева, В. Л. Интернет как социальный феномен [Текст] / В. Л. Силаева // Социологические исследования. – 2008. – № 11. – С. 101–107.
- 3 Тукмаков, Д. Твиттереволюции [Текст] / Д. Тукмаков // Газ. «Завтра». – 2011. – 20 апр.

Е.В. Бродовская; А.Ю. Домбровская
ПОЛИТИЧЕСКАЯ СУБЪЕКТНОСТЬ РОССИЙСКИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ: ОЖИДАНИЯ,
УСТАНОВКИ, РОЛИ
(ПО РЕЗУЛЬТАТАМ WORLD INTERNET PROJECT IN RUSSIA 2013)

БРОДОВСКАЯ Елена Викторовна – доктор политических наук, заведующая кафедрой политологии Института политики, права и социального развития Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. E-mail: brodovskaya@inbox.ru.

ДОМБРОВСКАЯ Анна Юрьевна – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Института гуманитарных технологий в сфере социального компьютеринга Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. E-mail: an-doc@yandex.ru

Настоящее исследование реализовано в рамках мирового Интернет-проекта официальным российским партнером которого с 2012 г. выступает Московский государственный гуманитарный университет им. М.А. Шолохова.

Модель эмпирического исследования базируется на *триангуляции методов*, благодаря комбинированию количественных (массовый опрос, мониторинг социальных сетей) и качественных (глубинное интервью) методов. Представленная модель позволяет дополнить данные относительно измеряемых показателей российской аудитории Интернета описанием социально-политических профилей и типов ценностных предпочтений пользователей.

С позицией «Такие люди, как Вы, имеют больше возможностей для обсуждения действий правительства» согласились 58% молодых российских пользователей (данные приведены по совокупности ответов «абсолютно согласен» (18,2%) + «согласен» (39,8%)). Индекс восприятия пользователями свободы политической коммуникации (И 1) имеет положительное значение и величину: $I1 = 44,5$ (Индекс вычисляется по формуле: сумма положительных ответов – сумма отрицательных ответов). Большинство респондентов (55% по совокупности ответов «абсолютно согласен» (17,6%) + «согласен» (37,5%)) считают, что пользователи имеют больше возможностей для реализации политических прав и свобод. При этом Индекс восприятия реализации политических прав и свобод (И2) равен 38,9. Мнение о том, что Интернет-коммуникация позволяет лучше понимать действия политиков поддерживают 45,5% опрошенных (по совокупности ответов «абсолютно согласен» (13,3%) + «согласен» (32,2%)). Индекс понимания действий политиков (И3) равен 23,1 (почти в два раза меньше, чем Индекс восприятия свободы политической коммуникации в глобальной сети). Наименьшее значение имеет Индекс восприятия потенциального влияния пользователей на государственных чиновников: $I4 = 12,6$. Солидаризируются с вариантом ответа «Государственные чиновники вынуждены больше обращать внимания на то, что о них думают такие люди, как Вы» 42,2% молодых российских пользователей (по совокупности ответов «абсолютно согласен» (14,2%) + «согласен» (28%)).

Необходимо отметить, что при ответе на вопросы, связанные с восприятием политической субъектности в сети Интернет значительная часть респондентов от 27 до 30% затруднилась с определением собственной позиции. Это соответствует результатам исследования World Internet Project in Russia-2012 (WIP 2012), согласно которым самый большой кластер пользователей состоял из респондентов избегающих политического контента в виртуальном пространстве [1]. Тем не менее, продолжая сопоставление представленных данных с результатами WIP 2012 [2], необходимо отметить, что ориентированность молодых российских пользователей существенно выше, чем в среднем по массиву всех возрастных групп. Анализ зависимостей обозначенных переменных от возраста

респондентов позволяет сделать следующие выводы: чем старше респонденты, тем выраженнее ориентация на политические функции Интернета.

При исследовании восприятия молодыми российскими пользователями политической субъектности в сети Интернет, выявлены следующие зависимости:

- чем выше уровень доверия к достоверности Интернет-контента, выраженнее потребность получать информацию из Интернет-источников, существеннее уровень комментарийной активности на дискуссионных форумах и площадках, интенсивнее потребление новостной информации, тем позитивнее восприятия пользователями реализации политических прав и свобод в глобальной сети (коэффициенты корреляции по Спирмену (** – корреляция значима на уровне 0,01; * – корреляция значима на уровне 0,05): 0,198**, 0,252**, -0,124**, -0,110** – соответственно);
- позитивная оценка возможностей пользователей обсуждать действия правительства коррелирует с той же группой переменных, что и в первом случае (за исключением интенсивности потребления новостной информации), однако зависимости не такие сильные (0,118**, 0,165**, -0,095* – соответственно);
- позитивное отношение к расширению благодаря Интернету возможностей понимать действия политиков коррелирует с выявленной группой переменных (0,218**, 0,195**, 0,096* – соответственно) за исключением высокого уровня комментарийной активности на дискуссионных форумах и площадках;
- позитивное восприятие потенциального влияния пользователей на государственных чиновников связано с такими переменными, как: уровень доверия к достоверности Интернет-контента (0,159**); потребность получать информацию из Интернет-источников (0,153**), традиционных СМИ (газеты, журналы и т.п.) (0,084*), личного общения (0,086*); интенсивность потребления новостной информации (-0,096*).

Выявленные корреляции между данными глубинного интервью и массового опроса о типах ценностных и социально-политических профилей молодежи определили существование четырех основных видов социально-политической активности молодых россиян. Молодежь, ориентированная на традиционные ценности семейственности и межличностных отношений, относится большей частью к аполитичному типу (среди них больше всего жителей Южного, Уральского и Сибирского федеральных округов женского пола). Прагматично настроенные молодые россияне придерживаются чаще всего молодые люди – пассивного политического участия проправительственной направленности в режиме online (среди них большинство составляют представители Северо-западного федерального округа). Ведомые ценностями общественной пользы и макросоциальных свершений молодые люди чаще всего являются активными центристами, способными перенести online-политическую активность в offline (возглавлять молодежные отделения политических партий, участвовать в митингах в поддержку существующего хода реформ) (большинство составляют жители Уральского, Сибирского, Дальневосточного федеральных округов). Пассивная оппозиционная стратегия характерна для двух типов молодежи: ориентированных на ценности миропознания и саморефлексии и так называемых «потенциально опасных». Вместе с тем на данный момент их оппозиционная стратегия представлена исключительно в online при отсутствии явных тенденций перевода виртуальной политической активности в деятельность offline (большинство пассивных оппозиционеров представлено молодежью Центрального федерального округа).

Литература

- 1 Нечаев В.Д., Бродовская Е.В., Каира Ю.А. Классификация профилей потребления российскими пользователями Интернет-контента: предварительные результаты кластерного анализа // Материалы Второй Международной научно – практической

- конференции «Социальный компьютеринг: основы, технологии развития, социально-гуманитарные эффекты» (ISC-13): Сборник статей и тезисов. – М., 2013. С. 436–457.
- 2 Нечаев В.Д., Бродовская Е.В. Политические функции Интернета в восприятии россиян // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2013. № 3. С. 28–41.

А. Ю. Бубнов
ИССЛЕДОВАНИЕ ИДЕОЛОГИЧЕСКИХ ПОЗИЦИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ РУНЕТА:
МЕТОДОЛОГИЯ И ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ

*БУБНОВ Александр Юрьевич – канд. филос. н., доцент кафедры политологии МГГУ им. М.А. Шолохова.
E-mail: alexandr-bubnov@mail.ru*

Перемещение политических коммуникаций в российский сегмент Интернета в конце 1990-х гг. было обусловлено наложением двух процессов. Во-первых, ростом Рунета (с 1,5 млн пользователей в 1998 г. до 6 млн в 2001 г.) и формированием сетевых сообществ. Во-вторых, демонтажем идеологической модели 1990-х: «консерваторы» («красно-коричневые» и «национал-патриоты») против «либералов» («демократов» и «западников») и становлением нового либерал-консервативного консенсуса власти. Вопросы политической и социальной метафизики переключались в начавший к этому времени бурно расти Рунет. Средой развития идеологий стала блогосфера (в первую очередь Живой журнал), а чуть позже, с середины 2000-х, и социальные сети. На основе топовых блогов и групп ангажированных определенной системой ценностей, возникли интерактивные площадки по «пересборке оснований» и кристаллизации новых идеологий. Все это привело к стремительному устареванию традиционных идеологических клише выраженных в офлайновой форме и формированию новой повестки, новых концептов, под воздействием естественных эффектов сетевой социальности: скорости обмена информацией, краудсорсинга, плотности информационной среды.

После молдавской «революции твиттера» 2010 г., «арабской весны» 2011–2012 гг. и протестной активности в России накануне выборов, стало ясно, что онлайн и офлайн тесно связаны, и что нужны лишь некоторые условия для прорыва виртуальности в реальность. Изучение политического сегмента блогосферы и социальных сетей стало, таким образом, одновременно способом мониторинга общественного мнения и материалом для составления перспективного прогноза относительно грядущей повестки в системе власть-оппозиция.

Анализ российских и зарубежных исследований свидетельствует о складывании методологических и теоретических моделей в изучении политико-идеологического сегмента Рунета. К числу наиболее известных проектов в этой сфере относятся доклады Беркмановского института при Гарвардском университете (2010 – март 2011): «Публичный дискурс в российской блогосфере: анализ политики и мобилизации в Рунете», «Mapping Russian Twitter» [1]; исследование Центра изучения Интернета и общества Российской экономической школы (май 2012): «Твиттер и российский протест: мемы, сети и мобилизация» [2]; исследование компании Basilisklab (Март 2012): Кто же все-таки был на Болотной и на Сахарова? Анализ профилей 20 000 участников митинга [3].

В данных исследованиях преобладают количественные методы, в первую очередь автоматизированный контент-анализ блогосферы и социальных сетей. Частотный анализ ключевых слов (а так же анализ хэштегов твиттера, анализ рейтингов, анализ профилей социальных сетей) применяется для сбора массивов постов с последующей кластеризацией политических и, в частности, идеологических позиций. Картина политико-идеологического расслоения Рунета в большинстве эмпирических исследований сходна. Она резюмирована в упомянутом докладе Беркмановского института – «Публичный дискурс в российской блогосфере: анализ политики и мобилизации в Рунете» [1]: идеологические кластеры блогосферы маркируются как охранители, левые, демократическая оппозиция и националисты.

Однако результаты исследований ориентированных на автоматизированный анализ соцмедиа выявили ряд проблем. Выводы исследований отчасти противоречат друг другу, что связано с особенностями изучаемых платформ. Так анализ твиттера в исследовании РЭШ [2] показывает системность и организованный характер акций протеста, но рассмотрение портретов тех же протестующих через призму их профилей в контакте [3], демонстрирует наоборот случайный и ситуативный характер этих связей. В данном случае мы видим, что твиттер выступает пространством идеологической коммуникации для сплоченных групп, тогда как социальные сети лишь фиксируют ценностный резонанс в несвязанных социальных группах. Существуют трудности с определением устойчивых идеологических и ценностных позиций, поскольку исследовательские модели преимущественно фиксируют сегментацию по обсуждаемым событиям и временным идентичностям. Возможность же грубых ошибок контент-анализа, обусловлена в частности ироничностью блогосферы и контекстуальностью русского языка, что можно обозначить как проблему идентификации дискурса.

Другую исследовательскую возможность предоставляет использование качественных методов, таких как дискурс-анализ, когнитивное картирование и другие разновидности структурного анализа, которые позволяют выйти за уровень частотных распределений и понять внутреннюю логику текста и мотивации его носителей и создателей. Использование дискурс-анализа при исследовании сетевых сообществ, в частности пабликов, позволяет определить узловые точки конфликтующих идеологических позиций, что является проблемой для автоматизированного контент-анализа. В качестве примера можно сослаться на проект группы Э.Паина по анализу этнопроблематики в сети [4]. Несмотря на схожесть при выделении трех крупных групп – националистов, либералов и левых – дискурс-анализ позволяет учесть принципиальную разницу позиций, при которой просоветские национал-патриоты никогда не попадут в одну группу, скажем, с национал-демократами.

Дискурс-анализ также выводит исследователя на важные вопросы о конструировании дискурсов как инструменте борьбы за общественное мнение и целевую аудиторию, разделении скрытых и явных идеологических высказываний. Проблемой качественных методов (в основном исполняемых вручную, экспертами-кодерами) является невозможность измерения «массовой доли» дискурса в текстовом массиве Рунета, и, следовательно, оценки степени влияния на общество и распространенности той или иной идеологической позиции.

Одним из выходов является сочетание количественных и автоматизированных методов с традиционными для гуманитарных исследований качественными приемами. Объединение количественных и качественных методов представляет собой важную методологическую задачу, которая позволит повысить уровень изучения блогосферы и социальных сетей.

Литература

- 1 «Публичный дискурс в российской блогосфере: анализ политики и мобилизации в Рунете», «Mapping Russian Twitter»; <http://cyber.law.harvard.edu>
- 2 «Твиттер и российский протест: мемы, сети и мобилизация»; <http://www.newmediacenter.ru>
- 3 Кто же все-таки был на Болотной и на Сахарова? Анализ профилей 20 000 участников митинга; <https://basilisklab.com/iru.html>
- 4 Э.А. Паин, С.В. Мохов, Е.И. Поляков, С.А. Простаков, С.Ю. Федюнин. Этнополитические процессы в зеркале Рунета // Политическая наука – М., 2013. – № 1: Политическое участие в условиях сетевого общества.

М.И. Бубнова

СЕТЕВЫЕ СВЯЗИ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ЕВРАЗИЙСКОМ МОНИТОРИНГЕ

БУБНОВА Мария Ивановна – кандидат социологических наук, доцент Факультета государственного управления МГУ им.М.В.Ломоносова. E-mail: maribub@yandex.ru.

Отсутствие перспектив дальнейшего развития существующей модели миропорядка поставили на повестку дня вопрос о насущной необходимости формирования новой геополитической карты мира, способной с одной стороны, обеспечить ее дальнейшее устойчивое положение, а с другой – сдержать обозначившиеся тенденции к военным действиям в целях изменения баланса в мире. К 2011 г. на территории Евразии сформировалось новое геополитическое пространство, основу которого составил Таможенный союз России, Казахстана и Белоруссии [1].

Россия – единственное государственное образование, одновременно входящее в БРИКС и иницилирующее создание Евразийского союза. Слабая информационно-пропагандистская поддержка и сопровождение проекта – как внутри ЕАС, так и на внешнем информационном поле создает неспособность эффективно нейтрализовать негативное психологическое воздействие противников осуществления проекта – как внутренних, так и внешних.

При всем авторском многообразии евразийской концепции, их объединяет философская доминанта в обосновании проблемы взаимоотношения личности, общества и государства. Идеология организации власти и места личности в обществе занимает центральное место в мировоззрении этого поколения евразийцев. Именно с этими понятиями они увязывают фундаментальные проблемы цивилизации в ее социокультурных исторических факторах. Как представители принципиально нового мышления евразийцы обосновывают решительный отказ от культурно-исторического европоцентризма, господствовавшее в универсалистских установках: квалифицировать одни народы как культурные, а другие как отсталые, некультурные.

Отмечая тенденции схождения и различия между Западом и Востоком, Питирим Сорокин подчеркивал, что влияние научной, технологической, экономической и политической цивилизаций Запада на народы и культуры Востока было подавляющим. Оно постоянно вызвало сильное желание и последовательные усилия освободить себя от подчинения господству Европы и Америки. «...Запад вызывает к жизни силы сопротивления его господству и наделяет подчиненные народы умениями и институтами, которые вполне эффективно могли бы быть использованы против него самого. Западное господство сеет семена собственной дезинтеграции» [3].

В этом смысле следует учитывать и то, что различия в развитии цивилизаций отмечали и анализировали именно европейцы, а не жители стран Востока, «...культура которых не была заметно ниже европейской, нередко бывала равна ей, а порой кое в чем и превосходила ее. Питавшая пристрастие к историописанию китайская традиция стремилась дать характеристику далеким народам, даже европейских, но она при этом обычно не выходила за рамки скупого описания. Анализ разницы между европейским и неевропейским обществами первыми дали и впоследствии стремились углубить именно европейцы, что и легло в фундамент современного востоковедения» [4].

Таким образом, Евразийская концепция знаменует не только совокупность национальных государств, а глобальное сетевое пространство, характеризующееся:

- наличием общей границы;
- меньшим количеством участников;
- наличием общего исторического прошлого, часто неоднозначно интерпретируемого, но не отягощенного военными конфликтами;
- наличием социальной сети цивилизационного, культурного, образовательного пространства;
- языка межнационального общения;
- опыт совместного участия в ряде интеграционных проектов экономической, военно-политической и гуманитарной направленности;
- наличие работающих в едином комплексе связующих транспортных и энергетических коммуникаций.

Евразийский союз, должен стать ключевым полюсом в многополярном мире, как в экономическом, так и управленческом, политическом, идеологическом смыслах. Новоевропейская

парадигма в исследовании новой цивилизации во взаимообусловленности с экономическим поведением в повседневности обязывает, «упаковывать» этот процесс в многообразие социальных сетей.

Сетевые связи между государствами представляются как множественные институты и могут проявляться в таких определениях как: права собственности, структуры управления, транзакционные издержки, подвергаемые хозяйственными агентами различным интерпретациям и оценкам. Под институтами здесь понимаются не только абстрактные нормы и ценности (которые ранее в социологии часто выдавались за непосредственные побудительные причины действия), но и формальные и неформальные правила. Последние должны регулироваться практикой повседневной деятельности и поддерживаться не только прагматическими интересами с соответствующими моделями экономического поведения и деловыми сетями, но и многообразными сетевыми связями социокультурного, идеологического, духовно-просветительного свойства.

Без идеологически четких обоснований, подтвержденных социологическими исследованиями актуальности Евразийского союза, расхождения во взглядах властных элит будут основным фактором его дестабилизации изнутри. Убедительным критерием принципа единства исторического и логического в идеологическом построении выступает модификация социально- сетевого многообразия в конкретно-историческом пространстве евразийства, которое исчисляется тысячелетиями.

Формирование единой социальной сети должно сопутствовать исследовательским методикам, реализуемым многочисленными «барометрами». Они должны быть одинаковыми (сопоставимыми) для всех стран – объектов исследования, опросы синхронизированными, а анализ данных – независимым от какой-либо из стран или национальных структур. Как справедливо отмечает, И.В. Задорин: «появляется необходимость нового интеллектуального обеспечения интеграционных процессов. Не секрет, что обсуждение процессов интеграции (кооперации) на постсоветском пространстве в недавний период было серьезно перегружено идеологически и недогружено интеллектуально. Зачастую не хватало рациональных аргументов, расчетов, точной информации, и этот недостаток «компенсировался» либо постоянными отсылками в историю, либо расхожими стереотипными мифологемами» [2].

Одним из таких «барометров» является концепция проекта «Евразийский монитор» во многом заимствующая идеи «Евробарометра» – действующей исследовательской программы Европейского Союза – и других аналогичных проектов, реализуемых в разных частях света («Афробарометр», «Латинобарометр» и др.). Основной идеей этого проекта является регулярное (мониторинговое) измерение основных показателей социальных настроений жителей стран постсоветского пространства (ПСР) и, прежде всего, четверки Россия-Беларусь-Казахстан-Украина.

В некоторых новых независимых государствах до «Евразийского монитора» вообще отсутствовал общенациональный механизм регулярных мониторинговых опросов. С появлением системы социальных сетей появилась возможность отслеживать динамику социальных настроений и социального самочувствия, причем в сопоставлении с такой же динамикой стран-соседей. Проект «Евразийский монитор» [5] задумывался именно для того, чтобы разовые и спорадические исследования общественного мнения населения стран постсоветского пространства стали постоянным явлением, а еще лучше, постоянно функционирующей системой социальных сетей.

Исследования в рамках проекта «Евразийский монитор» могут оказаться чрезвычайно полезными для политиков и дипломатов, занимающимися проблемами СНГ и ответственными за интеграционные процессы. Прежде всего, эта польза заключается в получении действительной информации о внешнеполитических устремлениях граждан новых независимых государств взамен различных мифов (порой прямо противоположных), которые эксплуатируются разными политиками [6].

Построение евразийской идеологемы ориентировано на традиции многонационального российского общества, а также на органично развитые сетевые связи, направленные на устойчивую систему связи с Китаем, юго-восточными странами, с одной стороны, и странами Евросоюза, с другой.

Литература

- 1 Будущее Евразии: БРИКС или Евразийский союз? Вопросы устойчивости союзов.

- Материалы круглого стола 25 мая 2012 г.; <http://www.noravank.am/upload/pdf/3330.pdf>.
- 2 Сорокин Питирим А. Главные тенденции нашего времени. – М.: Наука, 1997. С. 88–90.
- 3 Васильев Л.С. История Востока: Учебник. – М.: Высш. шк., 1994. Т. 1. С. 45.
- 4 Задорин И.В. Проект «Евразийский монитор» и новые возможности социального управления на постсоветском пространстве;
<http://www.zircon.ru/upload/iblock/34a/100505.pdf>
- 5 Интеграционный барометр ЕАБР – 2013. Аналитическое резюме. Доклад № 16. – ЦИИ ЕАБР, 2013; http://eabr.org/r/research/centre/projectsCII/integration_barometer/.

Л.А. Василенко

ДИАЛОГ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯХ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

ВАСИЛЕНКО Людмила Александровна – профессор, доктор социологических наук, профессор РАНХиГС ИГСУП. *E-mail: vasilenkola@mail.ru*

Современный мир вступил в стадию информационного общества, осознания и принятия принципиально новой парадигмы общественного развития. Интернет изменил социальную коммуникацию. Согласно статистике ВЦИОМ, из Сети предпочитают узнавать новости 23% опрошенных, по телевидению – 60%, 50% людей в возрасте от 18 до 24 лет предпочитают Интернет остальным СМИ [8]. Сформировались базисные условия для демократизации, реального перехода от патерналистского характера властных отношений к плюрализму, открытости, транспарентности. В основе новых мировоззренческих представлений о взаимодействии государства и общества лежат, во-первых, новые взгляды на знаниевые пространства, формирующиеся интерактивно совокупными усилиями взаимодействующих «умов и энергий из «жестких» и «мягких» наук, искусства и теологии [2]. В теории и практике управления знания рассматривают как источник власти и лидерства наряду с деньгами, контролем над ресурсами, харизмой и позицией в организационной иерархии. Во-вторых, для поддержки принятия социально ответственных политических и управленческих решений на разных уровнях и во всевозможных «точках сборки» более продуктивным является кросс-дисциплинарный анализ и синтез систем управления с учетом уровней и новых возможностей достижения их устойчивости на основе концепций фрактальности [4]. В-третьих, источником нового знания теперь выступают не только государственные научные организации, сформировалась негосударственная сеть исследовательских и научно-образовательных центров, которые стали «непосредственно обслуживать интересы общества» [6]. Растет уровень образованности и информированности представителей гражданского общества, развитие Интернет-коммуникаций и расширение источников знания, недоступных ранее широкой общественности, создают возможности для диалога между властью и обществом. О.Н. Яницкий приводит утверждение А. Ирвина, что «знание не производится где-то там «наверху», а потом спускается «вниз». Оно конструируется, создается, формируется в ходе диалога ученых, властей и населения» [7]. Это утверждение в какой-то мере продолжает идеи М.С. Кагана о диалогическом общении как естественной формы межсубъектной взаимосвязи, порождающей новые знания и отношения; оптимальный тип отношения человека и человека, классов, наций, государственных систем, людей и природы, современности и прошлого самой культуры. Диалогичность культуры, по мнению Кагана, естественно порождается как широкий спектр разных форм соприкосновения, взаимодействия, сопряжения в настоящем прошлого и будущего. Необходимость условий открытости диалога и взаимного восприятия участников взаимодействия как «творцов новых идей и форм» обозначает Ричард Рорти [5]. Модели формирования нового социального порядка создают возможности развития страны, социума, государства. Таким образом, проблемность ситуации состоит в противоречии между потребностью генерации необходимого знания, нахождения

оптимальных вариантов решений возникающих проблем через расширение интерактивного Интернет-диалога между органами власти и обществом и неготовностью сторон к диалогу.

Предметом исследования выступают инновационные модели диалога между властью и обществом в Интернет-коммуникациях. Понятие «диалог» рассматривается здесь как взаимодействие, направленное на достижение взаимопонимания, особенно в политике (например, диалог между властью и оппозицией). В социологическом анализе важны подходы к коммуникативному пониманию сущности категории «диалог» как информативного взаимодействия между коммуницирующими сторонами, посредством которого происходит понимание, рассмотрение диалога как особого социального взаимодействия, регулируемого конкретными договоренностями между представителями социальных общностей. М. С. Каган утверждает, что в отличие от монологической формы общения, которая имеет сугубо однонаправленный и информативный характер, диалогическое общение является формой межсубъектной взаимосвязи людей, позволяющей создавать общее для общающихся информационно-практическое и духовное пространство, в котором на основе симметричной активности общающихся возникают новые отношения, чувства, относящиеся к различным сферам жизнедеятельности и самим субъектам [3]. В этом плане в исследованиях важно учитывать культуру диалога, которая принципиально меняется в условиях Интернет-коммуникаций. «Совсем не случайно понятие «диалог», еще недавно обозначавшее вербальную связь человека с человеком, получило в наши дни расширительное значение в эстетике, этике, политологии, философии. Согласно формуле М. Бубера, «диалогическая жизнь», которое в современный период начало переноситься и на отношения человека с природой – понятие «диалог с природой». Данная метафора превратилась в некий теоретический концепт... Ибо «диалог» означает такую форму межсубъектного взаимодействия, которая распространяется и на отношения субъекта с квазисубъектом, т.е. природным объектом, вещью, образом нашего воображения или художественным образом, которому мы приписываем качества субъекта и начинаем относиться к нему как к субъекту». Исходя из понимания диалога как межсубъектного взаимодействия, мы соглашаемся с М. Бубером, что в роли субъекта может выступать как отдельная личность, так и социальная группа [1].

На основе анализа исторически сложившихся в процессе познания диалогических методов, мы рассматриваем диалог: во-первых, как способ совместной деятельности на основе общения, имеющую целью приращение и обмен знаниями; во-вторых, как способ развития мышления, позволяющий получить новое знание, всесторонне рассмотреть предмет изучения, сформулировать все «за» и «против» и тем самым определить суть выдвигаемых теорий, а также границы их применения; в-третьих, как способ расширения социально-коммуникативного опыта субъектов на основе самоанализа и выработки их личностных смыслов.

Цель комплексного социологического исследования – на основе анализа противоречий между расширением Интернет-коммуникаций в приращении коллективного интеллекта и возможностей его использования органами власти в развитии социальной системы, выявить инновационные и конструктивные модели диалога между властью и обществом; сформулировать предложения по их развитию и распространению. В связи с поставленной целью выделим основные смысловые блоки социологического анализа диалога: характеристика участников диалога: статусы, роли, общественная значимость, психологический тип участника, возраст, пол, национальность, язык, на котором он говорит, уровень образования, наличие/отсутствие, открытость информации об участниках друг для друга; цель взаимодействующих участников; предмет (тема) диалога; равенство/неравенство, партнерство участников в диалоге; компетентность и компетенции участников в вопросах обсуждаемой темы; характеристика взаимопонимания; установка на диалог, эмоционально-психологический фон участников диалога; этика диалога; характеристика коммуникационных условий в Интернет-коммуникациях; дискурс, контекст диалога; результативность (успешность) диалога; ответственность участников диалога. По каждому блоку формируются показатели и критерии оценки. Поскольку Интернет-коммуникации характеризуются мозаичностью социальных сред, спонтанностью присутствия в них участников диалога, когда диалог носит добровольный неформальный характер, исследователями определен комплекс методов, каждый из которых имеет свою аудиторию и среду, не

всегда пересекающуюся с другими средами, технологии и правила взаимодействия. Комплекс методов объединяет общая цель – найти образцы конструктивных инновационных моделей диалогового взаимодействия, определить их возможности использования в диалоге власти и общества и сформулировать границы их применения. Предлагаемые блоки анализа диалога конкретизируются в зависимости от выбранного метода и особенностей социального Интернет-пространства. Комплекс исследований включает в себя следующие составляющие:

- 1 Исследование инновационных моделей диалога власти и общества на официальных сайтах исполнительных, законодательных и судебных органов власти (федеральных, субъектов Федерации). Основной инструмент – анализ содержания сайта и используемых на нем технологий. Для этого обосновывается отбор официальных сайтов исполнительных, законодательных и судебных органов государственной власти (федеральных, субъектов Федерации), формируется карточка анализа с включением соответствующих показателей, на основании анализа отбираются сайты для более детального анализа найденных на них форматов диалога или подобия диалогового взаимодействия, которые анализируются и систематизируются на втором этапе по разработанной карточке анализа.
- 2 Исследование инновационных моделей диалога власти и общества в блогах руководителей высшего уровня (федерального, субъектов Федерации) и социальных сетях.
- 3 Исследование участия институтов посредничества (Общественных палат, Уполномоченных по правам человека, всероссийских объединений и ассоциаций НКО и т.п.) в диалогах власти и общества на основе метода анализа документов – законодательства, уставов, регламентов и т.п. для определения, какие функции и технологии они выполняют в осуществлении ими посреднических функций в диалоговом взаимодействии, а также анализ документов, определяющих результаты их деятельности.
- 4 Все это дополняется результатами полуструктурированного экспертного опроса представителей органов власти и представителей гражданского общества, участвующих в диалоговом взаимодействии через Интернет-коммуникации, а также фокус группами экспертов из числа госслужащих и граждан, имеющих такой опыт диалогового взаимодействия.

Возникающий вопрос корректности выборки и корректности полученных выводов из анализа данных, собранных через Интернет-коммуникации, здесь не актуален, в силу того, что цель работы заключается в поиске наиболее качественных образцов диалога между властью и обществом, а не в распространенности данных форм взаимодействия во всем социуме. Найденные форматы диалога позволяют применить их в более широком масштабе и выйти на новое качество развития демократических форм в системе социального управления.

Первые пилотные результаты исследований свидетельствуют о наличии разнообразных форм диалогового взаимодействия и возможностях их совершенствования. Например, наличие каналов, инструментария и технических возможностей на официальных сайтах, их высокий уровень в рейтинге открытости вовсе не гарантирует использования развитых форм диалога с гражданами и их удовлетворенности. При этом в ряде случаев даже односторонний вариант взаимодействия в формате «вопрос – ответ» иногда становится вполне результативным и удовлетворяющим всех участников, если в регламенте органов власти определен порядок их диалога с гражданами. Но когда представители органов власти ведут диалог, не обладая правом решать проблемы граждан, последние выражают недоверие власти. Отметим, что односторонними форматами диалога невозможно решать многие проблемы, требующие генерации нового знания и коллективного интеллекта, но полноценный диалог требует развитых моделей и компетенций участников.

Литература

- 1 Бубер М. Я и Ты / В пер. Н. Файнгольда // Альманах «Квинтэссенция» / Под ред. В.И. Мудрагея. М., 1992.
- 2 Василенко Л.А. Методологический семинар «Кросс-дисциплинарный синтез знаний как источник власти и лидерства для глобальных и локальных «точек сборки»: вызовы Науке и Образованию» // Государственная служба. 2013. № 5
- 3 Каган М.С. Мир общения: Проблема межсубъектных отношений. – М., 1988. С. 148–149.
- 4 Колесникова Л.А., Василенко Л.А. Новые источники устойчивости систем управления: кросс-дисциплинарный подход к анализу и синтезу знаний и концепции фрактальности // XII Всероссийское совещание по проблемам управления (ВСПУ-2014), М.: ИПУ РАН, 2014.
- 5 Рорти Р. Философия и зеркало природы. – Новосибирск. 1997.
- 6 Яницкий О.Н. Диалог науки и общества // Общественные науки и современность. 2004. № 6.
- 7 Irwin A. Sociology and Environment. A Critical Introduction to Society, Nature and Knowledge. Maiden (Mass.), 2001.
- 8 <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114345>

А.А. Зенько, Р.А. Петык
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПАСТОРАЛЬНОЙ МОДЕЛИ КОММУНИКАЦИЙ ПРИ ИССЛЕДОВАНИИ
СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ

ЗЕНЬКО Андрей Анатольевич – кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и гуманитарных наук университета «Дубна». E-mail: zenko777@yandex.ru

ПЕТЫК Роман Анатольевич – студент 3-го курса кафедры социологии и гуманитарных наук университета «Дубна». E-mail: mugjwaranoluffi@gmail.com

Социальные Интернет-сети как объект научного исследования становится одним из самых популярных с точки зрения применения новых методов исследования. В основу нашего исследования была положена научная модель, предложенная Павленко А.Н. в работе «Пределы интерсубъективности. Критика коммуникативной способности обоснования знания».

В представленной работе автор при описании коммуникативных процессов в общественной жизни использует термины, которые с нашей точки зрения подходят к описанию коммуникативных процессов в Интернет-форумах: пастухи коммуникации, коммуникативное пастбище, коммуникативное стадо, коммуникативные подпаски, сторожевые псы коммуникации.

«Пастухи коммуникации» – индивиды, которые управляют коммуникативным сообществом, имеют привилегированный доступ к «первичным объектам», информации об этих объектах, но, главное обладают властью над каналами распространения этой информации.

«Коммуникативное пастбище» – «информационно-коммуникативное поле», искусственно конструируемое пастухами коммуникации для управления коммуникативным сообществом.

«Коммуникативное стадо» – это абсолютно большинство общающихся индивидов, которые убеждены в том, что информационно-коммуникативное поле является «естественным образованием», а сама коммуникация – естественной способностью индивида.

«Коммуникативные подпаски» – это те индивиды, которые осуществляют решения пастухов коммуникации в отношении абсолютного большинства общающихся индивидов коммуникативного стада, выполняют подручные, вспомогательные и др. функции, принимают непосредственное участие в придании информационно-коммуникативному полю тех черт и той формы, которые жестко предписываются пастухами коммуникации.

«Сторожевые псы коммуникации» – это те индивиды, которые осуществляют непосредственное и насильственное (per vim) воздействие на тех индивидов коммуникативного стада, которые выходят

за пределы «пастбища», с целью вернуть их в единое и сконструированное информационно-коммуникативное поле.

В качестве экспериментальной площадки был выбран форум (<http://forum.wowcircle.com>). На этом форуме зарегистрировано 143 786 пользователей, активных участников из них 15 624 пользователей. На данном форуме введена достаточно жесткая и управляемая иерархичная система, благодаря которой пастухам коммуникации, коммуникативным подпаскам и сторожевым псам коммуникаций, как собственно и коммуникативному стаду невозможно быть латентными, но при этом они могут не давать о себе никакой информации в данное сообщество. Хоть это с одной стороны и облегчает нам работу, но с другой делает ее более объемной, так как нужно точно установить каким же образом они осуществляют контроль, если все прекрасно знают, что над ними есть кто-то более влиятельный и властный. Данный форум представляет собой голоморфное стадо, так как все, кто безоговорочно не подчиняется правилам пастуха коммуникации, вынужденно покидают стадо.

Для того чтобы подтвердить реальность пасторальной модели нужно с начала произвести контент-анализ основных слов и понятий применяемых на данном форуме для управления «пастухами» над «стадом». Что мы и сделали с помощью тезауруса основных понятий, используемых на разных уровнях управления. Все отобранные слова представляют собой наиболее обсуждаемые и посещаемые темы на изучаемом форуме, остальные темы используются для решения коротко временных и не значительных вопросов.

Результат наиболее употребляемых слов и принадлежность понятий к уровню управления коммуникации:

- 1 «Работы» – этот термин применяется сторожевыми псами коммуникации – он используется для погашения разнообразных конфликтных ситуаций, которые возникают, после очередного обновления;
- 2 «Работа» – используется пастухом коммуникации – предоставляет полный список проделанной работы над проектом и отчетность перед стадом;
- 3 «Обновление» – применяется коммуникативными подпасками – под этим термином публикуют внесенные изменения в проект;
- 4 «Ошибки/баг-трекер» – используется голоморфным стадом – указывается недочет той или иной степени важности в обновлениях и просьба его устранить;
- 5 «Тесты» – используется коммуникативными подпасками – в случае рассмотрения поднятой ошибки, что происходит очень редко;
- 6 «Конкурс» – используется коммуникативными подпасками – отвлечения стада от частых проблем на проекте с вознаграждением, но только 1-3 самых лучших участников;
- 7 «Досуг» – используется коммуникативными подпасками и коммуникативным стадом – разряжает атмосферу для создания видимости полной свободы у стада.
- 8 «Корзина» – используется пастухами коммуникации и их подпасками – показывает не удобные/не правильные темы, авторы которых не только не получают ответа на свои вопросы и высказывания, но и берутся на заметку.

Проведя на данном форуме и проекте около недели, в качестве исследователя, были обнаружено практически 100%-ное сходство с «пасторальной моделью коммуникации», небольшие отличия были выявлены только в системе латентности данного информационно-коммуникативного поля. Потому что данный форум существует по системе прямого подавления, но с помощью второй модели косвенного подавления: коммуникативное стадо согласно с прямым подавлением, а подпаски коммуникации не терпят по отношению к себе прямого подавления. Этот вывод можно сделать на основе поведения не только всех подпасков, но и самого пастуха, ибо они не проявляют никаких признаков указывающих на желание руководить, хоть и взяли на себя эти функции. Но, не смотря на это, они очень четко наблюдают за нарушителями правил и быстро принимают меры по их изоляции.

А.С. Иванова
ЖИЗНЕННЫЕ ПРИНЦИПЫ И АГРЕССИВНОСТЬ ИГРОКОВ В ММОГ
(НА ОСНОВЕ ДАННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ СТУДЕНТОВ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)

ИВАНОВА Анна Сергеевна – заместитель генерального директора Некоммерческого партнерства «Центр политических и психологических исследований». E-mail: anna-cppr@yandex.ru.

На сегодняшний день много людей предпочитают компьютерные игры и развлечения по средствам сети Интернет всем другим видам отдыха. Так, по данным британских социологов, дети проводят в сети Интернет до 45 ч в неделю [1].

Массовые многопользовательские онлайн игры (ММОГ) как новый вид развлечений бурно развивались с середины 1990-х гг. Они, по мнению Джефа Хоринга, должны были свести воедино социальные сети и развлечения [2]. Современные ММОГ – это больше чем просто обычная игра. По данным на 2006 г. ежедневный объем аудитории таких игр составляет более чем 200 тысяч одновременно находящихся в сети игроков. В 2011 г., по данным Интернет-издания «Газета.ру» [3], число российских игроков в онлайн игры достигло 25 млн человек. А в мире геймерами являлись более 534 млн человек. Эти данные отражают лишь тех, кто совершил хотя бы один платеж. Эти цифры не учитывают число тех игроков, которые не платят. Тем не менее мы можем говорить, что почти пятая часть всего населения России (17%) играет в онлайн игры.

По данным социологического исследования, проведенного осенью 2012 г. среди Санкт-Петербургских студентов высших и средних учебных заведений доля играющих (или игравших ранее) в ММОГ (далее «игроки») составила более четверти опрошенных (27%). Это достаточно высокий процент, который указывает на высокую популярность этих игр среди молодежи.

Всего в ходе исследования было опрошено 2000 человек в возрасте от 18 до 25 лет. Опрос проходил методом группового анкетирования. Помимо вопросов об уровне вовлеченности в ММОГ, респондентам были заданы вопросы, касающиеся различных социальных аспектов жизни, их агрессивного поведения и жизненных принципов.

Исследование показало, что «игроки», несмотря на распространенное мнение, не отличаются большей агрессивностью поведения, нежели «неигроки». Так «часто» испытывают агрессию лишь 10% игроков, при 8% неиграющих.

В ходе исследования так же определялось отношение респондентов к 6 жизненным принципам, относимых к «комплексу силовика» [4]. Так, только для 70% «игроков» жизнь человека является «главной ценностью в этом мире», среди «не игроков» этот показатель выше и составляет 79%. Наиболее крайнюю позицию занимают 11% «игроков». Безусловно, эту часть молодежной выборки, нельзя представлять под ярлыком угрозы для всех окружающих. Для кого-то этот жизненный принцип является воплощением идеи жертвенности во имя чего-то высшего, навеянной религиозными мотивами, для кого-то – возможности пожертвовать малым во имя спасения большого.

При этом данный принцип совершенно по-особому отражается на языке норм правового сознания. Лишь 55% «игроков» не считают, что «разговоры о правах человека – не более чем дань моде». Таким образом, можно констатировать, что для половины исследуемой группы права человека представляют скорей политическую бутафорию, чем реальность.

Из первого названного принципа органично вытекает и табу на причинение другому боли, даже при наличии уверенности в своей правоте. Такое табу сформировано лишь у половины «игроков» (58%), при этом практически треть (34%) готовы утверждать правду с использованием насилия. Из них для 12% такая позиция является абсолютно естественной.

Культура решения споров с поиском компромисса сформирована в той или иной мере почти у ¾ (70%) «игроков», тогда как склонны решать вопросы путем нажима, силовым путем лишь 25%. «Не игроки» в меньшей степени склонны решать проблемы силовым путем (21%), и в большей степени готовы идти на компромиссы (75%). Стратегии – «идти к цели кратчайшим путем» придерживаются

70% «игроков», что намного выше, чем у «не игроков» (61%). И больше половины «игроков» (54%) придерживается макиавеллевского принципа: «цель оправдывает средства».

Кроме того, «игроки» отличаются более радикальным отношением к существующей политической системе в нашей стране. На вопрос: «Как Вы относитесь к существующей политической системе в нашей стране?» 35% «игроков» ответили, что «сегодняшнюю политическую систему в стране необходимо срочно менять радикально», тогда как в группе «не игроков» этот показатель составил лишь 27%. Кроме того, среди «игроков» выше процент протестной активности: 24% «игроков» участвовали в акциях протеста против 18% среди «не игроков», а 66% «игроков» считают, что не следует подчиняться «несправедливому» закону при 60% «неигроков».

Анализируя полученные результаты, можно сказать, что несмотря на то, что игроки в MMOG по их мнению не проявляют агрессии, тем не менее в своих принципах они придерживаются агрессивного поведения. Кроме того, можно говорить и о том, что MMOG являются превосходной средой для возникновения различного рода протестных движений и экстремистских настроений. Особенно если учитывать, что почти во всех MMOG игровой процесс, так или иначе, связан с применением насилия.

Литература

- 1 Children work round web controls; <http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/7948187.stm> (последнее обращение 12.04.2013).
- 2 Investing in the MMOG Space; http://www.dfcint.com/game_article/jan07article.html (последнее обращение 12.04.2013).
- 3 Миллиард играючи. Объем российского рынка онлайн-игр к 2013 г. может вырасти до \$1 млрд; <http://www.gazeta.ru/business/2012/04/28/4567069.shtml> (последнее обращение 12.04.2013).
- 4 Феномен экстремизма. // Экстремизм в среде петербургского молодежи: анализ и вопросы профилактики /Под ред. А.А. Козлова. – СПб., Химиздат, 2003.

В.Г. Каминская

ОПЫТ ПРОВЕДЕНИЯ МАССОВОГО ОПРОСА В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ НА ТЕМУ «ВИРТУАЛЬНАЯ ЗАВИСИМОСТЬ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ»: ОСОБЕННОСТИ, ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ

КАМИНСКАЯ Владислава Григорьевна – аспирант, старший научный сотрудник Научно-исследовательского Центра «Теоретическая и прикладная социология», ГУ – УНПК (г. Орел). E-mail: vladakaminskaya@gmail.com

Выбор виртуальных социальных сетей как площадки для проведения опросов был обусловлен тем фактом, что предметом исследования являлись молодые люди - пользователи виртуальных социальных сетей.

Для проведения опросов использовались такие платформы, как: социальные группы, посвященные поиску респондентов для опроса; публичные страницы, посетители которых являлись респонденты с необходимыми социально – демографическими характеристиками; внешние ссылки на порталы в сети Интернет, содержащие в себе встроенный сервис для проведения, обработки и выгрузки ответов респондентов. Платформой для проведения исследования стала популярная социальная сеть в России «ВКонтакте».

Данная виртуальная социальная сеть совмещает в себе практически все типы социальных сетей, существовавших ранее. В ней возможно ведение бизнеса и микроблогов (новостная лента), публикация и просмотр аудио- и видеофайлов, общение. Появившись сравнительно недавно (2006 г.), данная виртуальная сеть достаточно быстро захватила нишу социальных сетей в Интернет, и количество пользователей продолжает расти.

Так, на конец 2013 г. количество пользователей «ВКонтакте» составляет более 230 млн человек [3]. Более 54 млн посетителей заходят на сайт каждый день, более 2,5 млрд страниц открываются ежедневно, примерно 66% посетителей проживают в России, 24% посетителей из России проживают в Москве, 12% – в Санкт-Петербурге, более 50% пользователей сайта старше 25 лет [2].

В данном исследовании приняло участие 800 респондентов (срок проведения – 4 календарных дня). Большинство опрошенных – женщины (рис. 1).

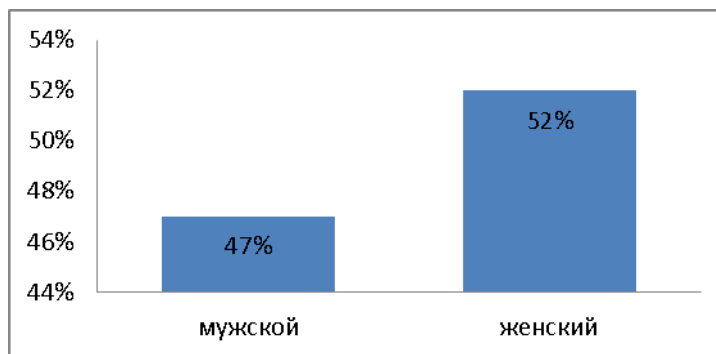


Рисунок 1 – распределение респондентов по полу, %

По полу респонденты распределились следующим образом (рис. 2).

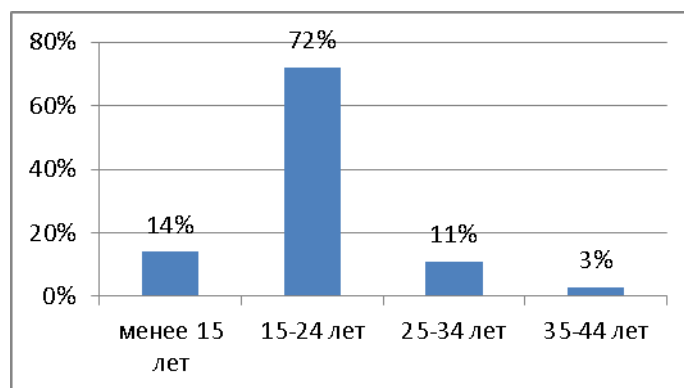


Рисунок 2 – распределение респондентов по возрасту, %

Основную возрастную группу (72%) также составляют молодые люди от 15 до 24 лет. Виртуальные сети в настоящее время являются одним из основных средств коммуникации для молодежи, поскольку сервисы в данных сетях оснащены программами как для текстовой, так и для визуально–аудиальной связи между пользователями.

Далее респондентам был задан вопрос о целях их пребывания в сети Интернет. Предлагалось дать не более двух вариантов ответа. Результаты представлены на рисунке 3.

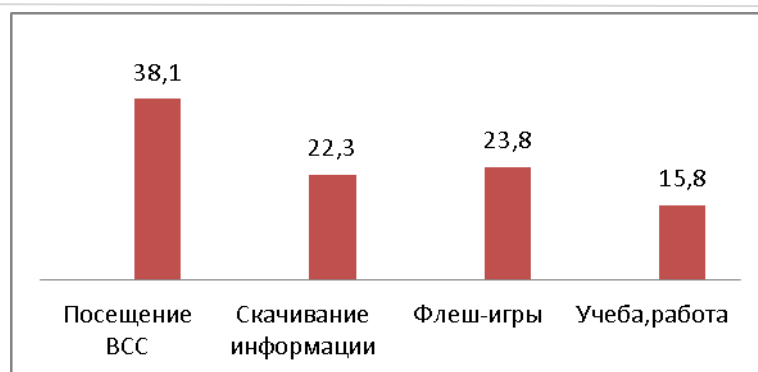


Рисунок 3 – Цели пребывания в Интернет (у пользователей виртуальных сетей),%

На вопрос о целях пребывания в сети Интернет отвечали также пользователи социальной сети «ВКонтакте». Естественно, своей основной целью они назвали именно посещение ВСС. На втором по упоминанию месте такая цель, как скачивание информации (22,3%). Возможно, это связано с появлением Вконтакте нового сервиса для скачивания разнообразной информации, от документов до видео- и аудиофайлов. Огромное количество пользователей обусловило то, что «Вконтакте» является крупнейшим и разнообразнейшим файлохранилищем. Менее всего Интернет используется респондентами для учебы и работы (всего 15,8%) [1].

Также пользователям был задан ряд вопросов касаясь их активности в виртуальных социальных сетях.

Данный метод сбора информации имеет ряд преимуществ:

- 1 Быстрота. Виртуальность предполагает достаточно активную включенность требуемых респондентов.
- 2 Широкий охват – в том случае, если исследование затрагивает вопросы молодежной среды, опросить необходимые респондентов достаточно легкая задача. В настройках публичных страниц и группах виртуальных сетей возможно выставить фильтры на просмотр тех пользователей, которых необходимо опросить.
- 3 Легкость заполнения анкеты – заполнение анкеты не требует существенных усилий – требуется лишь открыть страницы опроса и выбрать необходимые варианты удаленно.
- 4 Возможность материального стимулирования – для повышения интереса к опросу возможно выставить вознаграждение.
- 5 Быстрое распространение, техника «репостов». Опросы в виртуальных социальных сетях можно размножить с помощью ленты друзей для привлечения необходимого количества респондентов.

Недостатки:

- 1 Достаточно сложно отследить, кто именно отвечал на опрос, данные могут быть фальсифицированы.
- 2 Сложность проведения опроса по квотам – как показывает исследование (рисунок 2) активных пользователей более 44 лет достаточно мало.
- 3 Активность «проактивных» пользователей – анкеты заполняются теми, кто склонен к заполнению подобного рода анкет. Пассивную категорию опросить достаточно сложно. Решение – проведения опроса с материальным стимулированием.

Опросы в виртуальных социальных сетях имеют достаточно большой ряд преимуществ, однако подходят скорее для исследования молодежной аудитории, а также для проведения различного рода

маркетинговых опросов. Данный метод сбора информации отражает всю суть информатизации общества: уже сейчас в России развивается несколько сервисов для проведения различных исследований, которые включают в себя автоматический подсчет результатов, выгрузку, личный кабинет с возможностью редактирования профиля.

Однако затруднен процесс идентификации. Данная проблема решается, к примеру, проведением опросов по Skype с видеочатом, однако такой процесс сбора информации подходит больше для online фокус-групп, опыт проведения которых также был успешно апробирован в рамках исследования виртуальной социальной зависимости молодежи.

Литература

- 1 Каминская В.Г. Социально-психологические аспекты виртуальной зависимости молодежи// Сб. материалов 1-й Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы современной науки в 21 веке». 2013. С. 212–231.
- 2 Официальная статистика сайта «ВКонтакте»; http://vk.com/page-47200925_44240810.
- 3 Официальная статистика посещений «ВКонтакте»; <http://www.liveinternet.ru/stat/vkontakte.ru/>.

О.А. Колосова

КАНАЛЫ КОММУНИКАЦИОННОГО И ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОГО ВОЗДЕЙСТВИЯ НА МОЛОДЕЖЬ В ИНФОРМАЦИОННОЙ СРЕДЕ

Колосова Ольга Анатольевна – кандидат психологических наук, доцент кафедры социологии управления ГУУ. E-mail: olga_kolosova@mail.ru.

В XXI в. формирование потенциала молодежи, принципов, приоритетов и жизненных позиций исследователи неразрывно связывают с воздействием на них информационной среды и современных коммуникационных технологий. Поскольку в современном обществе информация приобрела роль катализатора процессов, формирующих личность и мировосприятие молодежи в процессе социализации она, безусловно, является действенным и эффективным инструментом воздействия на социум.

Н.А. Лебедева в своем исследовании описывает влияние информационных потоков на формирование поведенческих моделей молодежи, таких как, отношение к социально-значимым экономическим, политическим и иным событиям и явлениям; формирование контекста восприятия текущих событий, в индивидуальной и общественной жизни; разработка стратегических жизненных планов.¹

Наиболее эффективными каналами коммуникационного воздействия у молодежи, по мнению Н.А. Лебедевой, являются *телевидение и Интернет*. Согласно результатам исследования, основным информационным источником для молодежи является телевидение (80,2% опрошенных), а вслед за ним набирающий все большую популярность Интернет (50% опрошенных). Радио в качестве информационного источника отмечают 20,8% респондентов, а печатные СМИ – 24,3%. «Сарафанное радио», предполагающее получение информации посредством общения с друзьями, родственниками и знакомыми, выбирают около 44% опрошенных.²

¹ Лебедева Н.А. Управление информационно-коммуникационными технологиями формирования научно-инновационного потенциала студенческой молодежи. – М., 2013. – С.79.

² Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. – М.: Институт социологии РАН, 2010. – С.115.

Результатом воздействия субъекта на объект, по мнению Н.А. Лебедевой, может являться: формирование имиджа, стереотипа, убеждений, модели поведения; формирование лояльного или деструктивного отношения к каким-либо процессам, явления, событиям; формирование приоритетов и ценностных ориентиров индивида; формирование образа мышления; вовлечение индивида (групп индивидов) в значимые и стратегически важные процессы или действия; передача знаний, опыта, интеграция индивида в культурно- исторические, социально-экономические процессы; помощь в сложной жизненной ситуации; предоставление информации с целью снижения неопределенности или вероятности понижения риска при принятии решений; достижение определенных параметров развития и функционирования системы; формирование конкурентных преимуществ и поддержание системы в конкурентоспособном состоянии.

М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги, подводя итоги исследований «Молодежь России: социологический портрет» отмечают, что несколько иная картина складывается при оценке молодежью степени доверия информации, сообщаемой различными источниками. Здесь неоспоримое первенство принадлежит центральному телевидению, после чего с большим разрывом и примерно одинаковым «рейтингом» следуют неформальные источники, Интернет и региональное телевидение.

М.К. Горшков и Ф.Э. Шереги отмечают, что доля молодежи в возрасте 14–30 лет, пользующейся Интернетом, очень велика – 73,3%. Делают это практически ежедневно – 38,9%, несколько раз в неделю – 21,2%, несколько раз в месяц – 7,7%, не менее раза в полгода – 5,5%. Из приведенных данных следует, что часто пользуются Интернетом не менее 60% молодежи в возрасте 14-30 лет. Это во многом объясняется тем, что на сегодняшний день огромное число молодых пользователей Интернет имеет доступ к нему в домашних условиях.

Большинство респондентов, независимо от их принадлежности к какой-то определенной социальной группе, в качестве источника, вызывающего наибольшее доверие, выбрали центральное телевидение. Региональное телевидение вызывает доверие, в основном, у предпринимателей и профессиональных военных.

Е.Р. Баткаева в своем исследовании, проведенном в 2012 г., отмечает, что на сегодняшний день глобальная сеть Интернет занимает значительное место в жизни современной молодежи.³ Об этом свидетельствуют данные, полученные в ходе поведенного ею исследования. В анкетном опросе в соответствующих пропорциях по критерию возраста и пола (от 14 до 30 лет) приняли участие 384 человека (23,7% юношей и 76,3% девушек), с различными формами занятости (школьники – 24,7%, учащиеся средних специальных учебных заведений – 2,9%, учащиеся вузов – 35,7%, учащаяся и работающая молодежь – 13,8%, нигде не учащаяся, но работающая молодежь – 22,9% и не учащиеся и не работающие – 0%).

Е.Р. Баткаева указывает, что в своем большинстве респонденты отметили, что находятся в Интернете достаточно часто, т.е. когда есть свободное время – 72,9%, 13,5% опрошенных респондентов ответили, что они находятся в сети «онлайн» практически всегда, 6,5% указали, что заходят в Интернет довольно редко, лишь тогда, когда есть необходимость, и всего 7% – практически не пользуются Интернетом.

2013 г. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представил данные о том, сколько россиян пользуются Интернетом, что думают о его развитии – идет ли оно на пользу или же во вред, и почему так считают. Анализируя представленные данные мы видим, что ежедневно выходят в Сеть прежде всего 18–24-летние респонденты (76%), т.е. наблюдается тенденция роста⁴

Это говорит о том, что практически повсеместная доступность сети Интернет привела к тому, что молодые люди практически все свое свободное, да и не только свободное, но и рабочее время, проводят в Интернете – общаются, ищут информацию и организуют досуг.

³ Баткаева Е.Р. Роль социальных сетей в социализации молодежи // URL:www.pareto-center.ru/smi-59.html

⁴ ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 2302 от 20.05.2013 «Проникновение интернета в Россию и его последствия».

Еще одним фактом в пользу, того, что социальные сети становятся основным местом проведения досуга, общения и развлечения, по мнению автора, является то, что 14,3% молодежи все свое свободное время тратят на времяпрепровождение в социальных сетях, 50,5% – проводят там несколько часов в день, 25,3% респондентов посещают социальные сети несколько раз в неделю и лишь 5,7% заходят не чаще одного раза в месяц (рис.1).

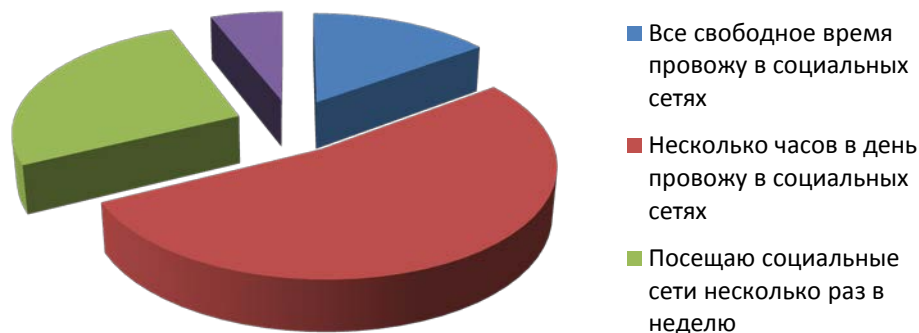


Рисунок 1 – Сколько свободного времени Вы тратите на посещение социальных сетей?

Анализ зависимости времени проводимого в социальных сетях с полом опрошенных респондентов, показал, что ответы респондентов как мужского, так и женского пола совпадают, т.е. они проводят в Интернете несколько часов в день – первое место, вторая позиция – «захожу несколько раз в неделю», третья позиция – «все свое свободное время и на четвертом месте – «захожу не чаще одного раза в месяц».

В результате исследования Е.Р. Баткаевой было выяснено, что самыми популярными социальными сетями среди молодежи являются: ВКонтакте, ее знают 365 человек и 312 в ней зарегистрированы; «Одноклассники», знают – 361 человек и 237 в ней зарегистрированы; «Мой мир» – 277 человек и 156 в ней зарегистрированы.

Дальнейший рейтинг популярности распределился следующим образом, «You Tube» – 254 человека знают о существовании этой социальной сети и 75 респондентов в ней зарегистрированы, 149 опрошенных молодых людей знают о существовании сайтов знакомств и 22 из них там зарегистрированы и активно общаются, 107 респондентов знают о наличии такой социальной сети, как «Фотострана», и 40 из них там зарегистрированы. Также респонденты указывали о существовании таких сетей, как: «Мой круг» (90 человек – знают и 6 зарегистрированных пользователей), Facebook (36 – знают и 31 – зарегистрирован) и сеть Twitter (7 знают и 2 зарегистрированы). Так же интересным является, то, что только лишь 10 человек из 384 не знают ни одной социальной сети и нигде не зарегистрированы – это всего лишь 2,6%.

Интересен тот факт, что по результатам исследования, 80,7% опрошенных респондентов считают, что реальное общение ни при каких обстоятельствах не может быть заменено виртуальным, это при том, что при проведении своего досуга молодежь на первое место ставит общение в Интернете и проводит там как минимум несколько часов в день. Таким образом, использование ресурсов Интернет-сети среди представителей молодого поколения является способом получения информации. Российский посетитель сетей (ВКонтакте, «Одноклассники» и др.) в среднем тратит на «общение» в социальных сетях более шести часов в месяц, но это нахождение в «квазисоциуме» (включение в сетевые коммуникации) мало чем напоминает сферу человеческого общения, которая, по определению М.С. Кагана, характеризуется эмпатийностью, открытостью сознания одного человека

навстречу другому сознанию и эмоционально окрашена.⁵ Однако молодые люди, понимая, что виртуальное общение не может заменить реальное, продолжают тратить большое количество времени на пребывание в сети. Возможно, это является следствием нежелания признать Интернет-зависимость.

Итак, современная эпоха характеризуется интенсивной разработкой компьютерных и других информационных технологий, которые реализуются во всех сферах деятельности человека. Важное место они занимают в жизни молодежи. Под их воздействием происходят позитивные сдвиги в быту, общении, сферах образования и развлечений, в области творчества и профессионального самоопределения молодых людей. Вместе с тем стремительное погружение молодых людей в информационную среду имеет некоторые отрицательные последствия, в частности формирование игровой и Интернет-зависимостей.

М.А. Коростелева, Т.С. Сатырь
СРАВНИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ ИНТЕРНЕТ-ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ
И ОБЩЕСТВА (НА ПРИМЕРЕ ОФИЦИАЛЬНЫХ САЙТОВ ТРЕХ СУБЪЕКТОВ ФЕДЕРАЦИИ)

КОРОСТЕЛЕВА Мария Александровна, САТЫРЬ Татьяна Сергеевна – студенты 4-го курса факультета социологии управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ИГСУП РАНХиГС). E-mail: makorosteleva@mail.ru

Современная информационная эпоха организации социальных отношений предполагает переход к новым моделям коммуникации во всех сферах общественной жизни. Так и демократическая форма организации общественной жизни предполагает диалог и взаимодействие власти и общества.

Основная функция органов государственной власти – выражение интересов своих избирателей. «До настоящего времени практически отсутствуют полноценные механизмы взаимодействия государственной службы и структур гражданского общества, отвечающие этим принципам. Потребность в новых формах взаимодействия во многом определяется глобализацией мировых процессов» [1]. Новые информационно-коммуникационные технологии предоставляют возможность повысить эффективность взаимодействия государства и общества. Доступность Интернет-технологий для обеих сторон позволяет упростить этот процесс, предоставляя площадку для обмена мнениями и выражения интересов. Так, заинтересованность общества и представителей политической власти во взаимной информированности политических интересов является характерным признаком существующей демократической модели. Всемирная Сеть открывает возможность реализовать и принципиально иную модель политической коммуникации – перейти от «вещания» к подлинно демократическому диалогу между «управляющими» и «управляемыми», который бы способствовал достижению и укреплению их взаимного доверия и взаимопонимания на основе равноправного обмена точными, полными и проверяемыми сведениями о политических явлениях и процессах, происходящих в меняющемся обществе [2]. Э. Коррадо и Ч. Фейрстоун отмечают, что Интернет может обеспечить общение граждан с правительством «без посредников», а также уменьшить зависимость простых граждан от выборных должностных лиц, политических партий и группировок, отстаивающих свои экономические интересы [3].

Изучая перспективы политической коммуникации Вершинин М.С. определяет ключевой вопрос при оценке роли информационных технологий для демократии: «...насколько правительства и гражданское общество научатся использовать возможности, предоставляемые новыми каналами

⁵ Электронный ресурс // www.openspace.ru/new/details/11058.

информации и коммуникации, чтобы продвигать и усиливать базовые представительные институты, объединяющие граждан и государство» [4].

Действительно, несмотря на казалось бы активную поддержку государством внедрения возможностей Интернета, как инструмента взаимодействия политической власти и общества, практическая эффективность и сам процесс вызывают много вопросов. Так и культура Интернет-взаимодействия государственной власти и общества в нашей стране находится в процессе формирования. Ее изучение позволит судить об уровне развития Интернет-технологий, расположенности участников диалога и перспективах развития Интернет-взаимодействия.

Для выявления культуры Интернет-взаимодействия государственной власти и общества была исследована культура диалога между государственной властью и обществом в Интернет-пространстве на примере трех субъектов РФ (Мурманская область, Вологодская область, Архангельская область). Были поставлены следующие задачи:

- Изучить формы взаимодействия «власть-общество» в Интернет-пространстве.
- Определить характеристики культуры диалога власть-общество в Интернет-пространстве.
- Выявить присущие конкретным примерам (Мурманская область, Вологодская область, Архангельская область) характеристики культуры диалога власть-общество в Интернет-пространстве.
- Провести сравнительный анализ культур диалога в Интернет-пространстве.

В рамках исследования следует понимать, что культура диалога – это сложное системное образование, состоящее из культуры восприятия и понимания, культуры речи и поведения, культуры отношений и коммуникативно-диалоговых умений.

В качестве метода исследования было выбрано наблюдение. Социологическое наблюдение – целенаправленное, систематизированное восприятие какого-либо явления с последующей фиксацией результатов на бланке или в дневнике наблюдения с помощью кино-, фото- или радиомagneтофонной аппаратуры [5]. Использование этого метода связано с получением предварительного материала о социальном объекте и для получения первичной информации по какой-либо проблеме.

Специфика исследования в Интернет-пространстве дает возможность использовать архивы, содержащие информацию, отражающую социальную динамику исследуемого объекта. Поэтому обобщение результатов наблюдения носит достаточно определенный характер, что подтверждает целесообразность выбранного метода.

В эмпирической части исследования была разработана карточка наблюдения. В ходе исследования будут проанализированы сайты администраций выбранных субъектов Федерации, официальные порталы выбранных субъектов Федерации, а также персональные губернаторские сайты, блоги и социальные страницы (если таковые имеются).

Одним из предметов исследования моделей поведения с учетом статусов и ролей в Интернет-пространстве являются коммуникативные модели и инструменты (язык, дискурс, контекст) [6]. В качестве признаков наблюдения были использованы критерии, регистрируемые в карточке, такие как реакция, культура речи, культура поведения, культура коммуникативно-диалоговых умений.

Под реакцией предполагается наличие или отсутствие ответной реакции, если реакции нет, дальнейшие позиции не заполнялись. Культура речи – умение использовать языковые средства в разных условиях общения в соответствии с целями и содержанием речи [7]. Выделялась формальная (1) и неформальная (2). Культура поведения – внешнее проявление внутренних правил и принципов личности. Является одновременно как составной, так и производной частью социально-культурных установок в обществе. В большей части нормы культуры поведения зависят от историко-временной, территориальной и национальной принадлежности личности [8]. В качестве характеристик критерия были выделены: заинтересованность (1), формальная реакция (2) и грубость (3). Критерий культуры коммуникативно-диалоговых умений был рассмотрен как преодоление адаптационного барьера в диалоге (1); нахождение адекватных средств для диалогического взаимодействия (верный тон, нужные

слова) (2); умение разворачивать диалогическое обсуждение проблемы (3); грамотное формулирование вопросов и ответов на вопросы коммуникантов (4); умение слушать собеседника (5); инициирование активности и поддержание в процессе всего взаимодействия (6); владение техникой речи, культурой речевого поведения (7); способность вызвать к себе стабильное расположение и симпатию на протяжении всего взаимодействия (8).

Таблица 1 Карточка наблюдений

Критерии \ Субъекты	Архангельская область			Мурманская область			Вологодская область						
	Оф. портал	Сайт губернатора	Твиттер	Оф. портал	Сайт губернатора	Твиттер	Оф. портал	Сайт губернатора	Твиттер	ВК	Youtube	Live journal	Instagram
Каналы связи													
Реакция	+	+	-	+	-	+	+	+	-	-	-	-	-
Культура речи	1	1	-	1	-	2	1	1	-	-	-	-	-
Культура поведения	2	2	-	2	-	1	2	2	-	-	-	-	-
Культура коммуникативно-диалоговых умений	1, 2, 4, 5, 7	1, 2, 4, 5, 7	-	1, 2, 4, 5, 7	-	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	1, 2, 4, 5, 7	1, 2, 4, 5, 7	-	-	-	-	-

На основе данных, полученных с помощью карточки наблюдений, был проведен сравнительный анализ характеристик культуры диалога, присущих каждому из выбранных объектов исследования.

Так, в каждом из исследуемых субъектов РФ существуют как официальные, так и неофициальные каналы связи в сети Интернет, где как предполагается возможный диалог власть–общество.

Обращения граждан на официальных сайтах рассматриваются и имеют ответную реакцию со стороны власти. Культура речи и культура поведения на официальных сайтах со стороны власти соответствует формальной форме и присущим ей характеристикам. Специфика такого формального диалога определяет культуру коммуникативно-диалоговых умений. Это преодоление адаптационного барьера ввиду обезличенного формата, нахождение адекватных средств для диалогического взаимодействия (верный тон, нужные слова), грамотное формулирование вопросов и ответов на вопросы коммуникантов, умение слушать собеседника и владение техникой речи, культурой речевого поведения. Так, предположение полноценного диалога власти и общества на официальных сайтах не является правомерным. Такой электронный диалог ничем не отличается от официальных запросов по почте. Формат «вопрос-ответ» не предполагает обмена мнениями и обсуждений. Региональные руководители по-прежнему не расположены к непосредственному общению с гражданами, используя официальные Интернет ресурсы.

Неофициальные каналы связи присутствуют у каждого из исследованных объектов. Однако наличие таких каналов не обязательно предполагает ведение неформального диалога с гражданами. Из исследуемых объектов только представитель Мурманской области вступает в неформальный диалог со своими гражданами, используя такую социальную сеть как Twitter. Губернатор М. Ковтун Twitter ведет весьма активно, отвечает на вопросы собеседников и вступает в разнообразные дискуссии. Культура коммуникативно-диалоговых умений М. Ковтун на неформальном ресурсе позволяет вести полноценный диалог с гражданами. Так, помимо характеристик, присущих «формальной» культуре диалога М. Ковтун разворачивает диалогическое обсуждение проблем с гражданами, инициирует активность и поддерживает ее в процессе всего взаимодействия, а также вызывает к себе стабильное расположение и симпатию на протяжении всего взаимодействия. Это позволяет говорить о настоящем полноценном диалоге власть-общество и его культуре в Интернет пространстве.

Губернаторы Архангельской и Вологодской областей также используют неформальные каналы связи, однако большая часть записей посвящена представительским событиям, связанным с регионом и общим проблемам. Ни о каком диалоге с гражданами даже на неформальной платформе не может быть и речи.

В ходе исследования были получены ответы на поставленные задачи. Были изучены формы взаимодействия «власть-общество» в Интернет-пространстве, определены характеристики культуры диалога. Также, были выявлены присущие конкретным примерам (Мурманская область, Вологодская область, Архангельская область) характеристики культуры диалога власть-общество в Интернет-пространстве, на основе которых был проведен сравнительный анализ культур диалога.

В современных исследованиях темы «Интернет и демократия» существует «популистская точка зрения» [9, 10], согласно которой Интернет предоставляет возможность индивидуального воздействия на правительство и его политику. Однако основной вывод, который можно сформулировать, заключается в том, что вопреки призывам с самых высоких трибун о необходимости для чиновника быть «ближе к народу», в том числе посредством Интернета, региональные руководители по-прежнему не слишком расположены к непосредственному общению с гражданами, что и подтверждает наше исследование. Встречаются некоторые исключения из правил, хотя это стоит отнести скорее к личной инициативе, нежели чем к обязанности чиновников, как выразителей общественных интересов.

Власти не желают общаться с населением в режиме обмена мнениями. Таким образом, предположение о сформовавшейся культуре диалога «власть-общество» в Интернет пространстве не является правомерным.

Литература

- 1 Василенко Л.А. Механизмы социального взаимодействия государственной службы и гражданского общества // Государственная служба в современной России. М.: Изд-во ИНИОН, 2003. 102-112 с.
- 2 Грачев М.Н. Политическая коммуникация: теоретические концепции, модели, векторы развития. М.: Прометей, 2004. 328 с.
- 3 Corrado A., Firestone Ch., eds. Elections in Cyberspace: Toward a New Era in American Politics. Washington, DC: Aspen Institute, 1996.
- 4 Вершинин М.С. Политическая коммуникация в информационном обществе: перспективные направления исследований // Актуальные проблемы теории коммуникации: сборник научных трудов. СПб. Изд-во СПбГПУ, 2004. С. 98-107.
- 5 Добреньков В.И., Кравченко А.И. Методы социологического исследования. М., 2004. 768 с.
- 6 Василенко Л.А. Методология и методика исследования Интернет-коммуникаций // III Международная социологическая конференция «Продолжая Грушина». М., 2013.
- 7 Словарь социолингвистических терминов. / Ред. В.Ю. Михальченко. М., 2006.
- 8 Культурология: краткий тематический словарь / Под ред. Драч Г.В., Матяш Т.П., 2001.

- 9 Grossman L.K. The Electronic Republic: Reshaping Democracy in the Information Age. New York: Viking, 1995
- 10 Browning G. Electronic Democracy: Using the Internet to Influence Politics. Wilton, CT: Online Inc., 1996.

А.А. Лаврикова, О.Е. Шумилова
ВОВЛЕЧЕННОСТЬ ГРАЖДАН В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЮ
В СИСТЕМЕ «ВЛАСТЬ – ОБЩЕСТВО»

ЛАВРИКОВА Анастасия Александровна – кандидат политических наук, доцент, зам. декана гуманитарного факультета ФГБОУ ВПО «Тульский государственный университет». E-mail: elav@mail.ru
ШУМИЛОВА Ольга Евгеньевна – кандидат политических наук, доцент, зам. декана гуманитарного факультета ФГБОУ ВПО «Тульский государственный университет». E-mail: helgash80@mail.ru

На основе развития потенциала самоорганизации/сообщественности местное сообщество становится не просто уровнем проведения в жизнь тех или иных государственных и региональных программ, но и самостоятельным социальным актором. В современных реалиях сохраняется дефицит практик легального лоббирования общественных интересов на основе паритета с органами местного самоуправления. Рост «соседской» активности ограничивается из-за низкого уровня доверия за пределами микрогрупп, и, как следствие, оказывается слабо артикулированным общественный запрос на развитие и самоорганизацию на разных уровнях (от отдельного учреждения до крупных социальных групп) в интересах развития общенационального. Кроме того, представители органов власти зачастую видят в нарастании общественной самоорганизации угрозу политической стабильности. Особый интерес представляет анализ проблемы самоорганизации в сфере ЖКХ, так как кризисное состояние отрасли выступает катализатором гражданской активности.

Сложность технологической системы современных городских сетей ведет к тому, что представители муниципальных компаний ЖКХ в силу своей компетентности становятся обладателями легитимного права действовать вместо потребителей, проблемы ЖКХ остаются сферой функционирования экспертных групп различных уровней. Как правило, у большинства потребителей существует лишь ограниченный выбор между лояльностью и гражданским действием, однако во втором случае попытки предпринять что-нибудь самостоятельно как правило заканчиваются неудачей. Инфраструктура предусматривает открытость для граждан только в ситуации аварий, когда границы между производителем и потребителем услуг исчезают.

Верифицировать указанные проблемы, а также определить устойчивость выделенных тенденций позволяет анализ процессов «низовой самоорганизации», под которыми понимаются внешне не очень заметные, но, тем не менее, достаточно интенсивные процессы коллективной интеграции, самозащиты и самоорганизации в рамках локальных обществ.

В процессе контент-анализа публичного дискурса онлайн-сообщества в социальной сети «ВКонтакте» рассматривается динамика регулирования конфликта в системе «власть – общество» на различных этапах самоорганизации граждан. В качестве единиц анализа были выделены темы обсуждения, связанные с проблемами взаимодействия между жителями и представителями управляющей компании. Последняя рассматривается как элемент властной структуры, так как в существующей практике обеспечения жилищно-коммунального хозяйства сложились отношения, которые условно можно обозначить «руководство–подчинение». Данное обстоятельство в равной степени воспринимается сторонами взаимодействия, поскольку работники жилищно-коммунальной сферы обладают большей ресурсообеспеченностью (материальной, технической, профессиональной и т.д.), что проявляется в более высоком уровне компетентности, организации, нормативной

обеспеченности, поддержке органов муниципальной власти в процессе принятия и реализации управленческих решений и возможности определять модели поведения собственников жилья.

Результаты исследования показали, что группа носит преимущественно конфликтный характер (в основе – конфликт интересов с УК), что не исключает поддерживающей деятельности (например, участие в благоустройстве территории совместного пользования). Репертуар действий определяется на основе использования веерной стратегии, при которой эффективность различных методов (от индивидуального участия в озеленении территории ЖК до подачи коллективных петиций, от прямых до представительских форм) устанавливается опытным путем. Ограниченность практик объясняется самими участниками отсутствием соответствующих знаний в проблемной области, однако управляющая компания не воспринимается как «компетентное лицо» (отсутствует доверие к представителям организации), что ведет к делегитимации данной структуры, эскалации конфликта, появлению новых субъектов конфликта. Выявлено стремление придать событиям публичных резонансный характер посредством СМИ, тем самым, с одной стороны, используется потенциал института общественного мнения, с другой, искусственно поддерживается острота конфликта, что, с точки зрения инициативной группы, позволит достичь более весомых результатов. Изначально представители ЖК ориентированы на институциональные способы решения проблемы. Предложения использовать стратегию сотрудничества во взаимодействиях с работниками ЖКХ, как правило, не находят поддержки среди населения ЖК, а соответствующие ей практики носят разовый характер и лично обусловлены (эффективная интеракция происходит только в случаях, если налажено взаимодействие офлайн, достигнута симпатия сторон). Если же ситуация воспринимается как угроза личному существованию, в дискурсе прослеживается готовность обратиться к неинституциональным практикам (отказ от оплаты за услуги ЖКХ, физическая эксклюзия асоциальных элементов и т.д.).

В целом, типологический анализ участников группы позволил выделить следующие роли: «Активист» (активный участник дискуссии, ориентирован на сочетание представительских и прямых форм участия, обладает интернальным локусом контроля, демонстрирует владение определенными социальными навыками), «Дискутант» (активный участник дискуссии, демонстрирующий компетентность по отдельным вопросам обсуждения, обладает экстернальным локусом контроля, ориентирован преимущественно на представительские формы участия или частное решение проблем), «Наблюдатель» (пассивный участник дискуссии, реплики носят разовый характер, обладает экстернальным локусом контроля, личное участие ограничивается процедурой голосования), «Троль» (активный участник дискуссии, носитель деструктивных моделей поведения, основная цель которых – привлечение внимания к собственной личности, к личному участию не готов), – каждая из них в силу своей специфики предопределила характер дискуссии в группе, результат взаимодействия с управляющей компанией.

Структурный анализ группы позволил выделить ядро и периферию. Ядро включает несколько активных участников, вовлеченных в совместную деятельность группы в онлайн и офлайн пространстве как индивидуально, так и коллективно, и определяющих актуальную повестку дня. В периферию входят представители ЖК, которые так или иначе заинтересованы в решении проблем, однако их поведение во многом ситуативно и зависит от мобилизационного призыва ядра. Явных лидеров в группе не выявлено, претенденты на данные статусные позиции либо ресурсно ограничены («активисты», готовые взять на себя ответственность и мобилизовать других, успешны и в профессиональной деятельности, как следствие не обладают достаточным объемом времени), либо отвергаются группой. Их претензии на лидерство проявляются в борьбе за канал коммуникации как инструмент мобилизации и лоббистских практик. Проблемы формирования структуры лидерства во многом связаны с ограниченным уровнем доверия между участниками группы.

Рассматриваемые гражданские инициативы можно определить как локальные (т.е. направленные на решение проблем малого масштаба), при этом активность группы имеет волновой характер: в динамике наблюдаются подъемы при актуализации проблем ЖКХ, имеющих сезонный характер, и спады, вызванные частичным разрешением/утратой злободневности/эффектом усталости, что может быть интерпретировано в соответствии с «синтетической» версией социологического

институционализма (М. Коэн), в рамках которой ограничение в принятиях решений связаны с асинхронностью присутствия взаимно автономных элементов: проблем, способов их решений, лиц принимающих решения, диапазонов выбора (соответствующих «окон возможностей»).

Результаты контент-анализа подтвердили общероссийскую тенденцию: стратегия «голоса» в современной России является для граждан наиболее затратной и малоэффективной в отличие от проявления «лояльности». Объединение представителей местного сообщества и организация совместной деятельности могли бы решить эту проблему, однако солидарность участниками интервью понимается весьма специфически: она распространяется преимущественно только на «своих» (жители отдельного дома), что находит отражение в дискурсе и выбираемых моделях поведения, часто носит «протестный» характер (направлена против управляющей компании), не предполагает наличие ответственности за других. В результате граждане все больше дистанцируются от власти (в лице управляющей компании), выражая ей свое недоверие в виде набора «претензий». Учитывая, что мобилизация конфликтных групп происходит быстрее, а решение проблем посредством конфликта на практике является более эффективным инструментом достижения цели, полностью урегулировать сложносоставной конфликт в системе «власть–общество» на различных уровнях при существующем характере самоорганизации не представляется возможным.

Л.И. Левкина, П.Л. Меньшуткин

АНКЕТИРОВАНИЕ В СРЕДЕ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ ДЛЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ВЕКТОРОВ РАЗВИТИЯ СООБЩЕСТВ (В РАМКАХ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИИ ПОВАЖЬЯ)

ЛЕВКИНА Лилия Ивановна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры общественных связей и медиаполитики ИГСУП РАНХиГС при Президенте РФ. E-mail: LevkinaLI@gmail.com

МЕНЬШУТКИН Павел Леонидович – директор Фонда сохранения традиционной культуры Севера «Богословский фонд». E-mail: pmenshutkin@gmail.com

Социальные сети сегодня являются одним из важнейших ресурсов для сбора статистических данных и проведения масштабных социологических исследований. Нами, в рамках реализации проекта развития территории Поважья «Страна Вага» (Шенкурский, Вельский и Устьянский районы Архангельской области и Верховажский район Вологодской области), проводится ряд социологических исследований по выявлению общественного мнения относительно позиции, занимаемой респондентами по вопросам перспективы существования и развития Поважья.

Общей целью проекта является создание и продвижение бренда «Страна Вага» через разработку общей стратегии развития Поважья при широком участии населения, бизнеса и органов государственного и муниципального управления.

Задачи проекта:

- привлечение населения, агентов бизнеса, представителей органов государственного и муниципального управления к совместной работе, направленной на разработку общей стратегии, поиск точек экономического роста, усиление конкурентоспособности бизнеса и повышение доверия между ними, в том числе через СМИ и социальные сети;
- проведение социологических исследований, направленных на создание научно-аналитической базы;
- реализация компонента «Исследование программ комплексной национальной безопасности»;
- реализация комплекса мероприятий по сохранению традиционной культуры Севера;
- анализ соответствия программ образовательных заведений Архангельской и Вологодской областей потребностям развития Поважья, сотрудничество с образовательными учреждениями, имеющими образовательные компоненты по публичному управлению.

Частью проекта стало проведение анкетирования населения территории Поважья. Анкетирование проводилось в социальных сетях «ВКонтакте» и «Фейсбук».

Анкета состояла из 50 открытых и закрытых вопросов. Диапазон возраста респондентов начинался с 16 лет, дальнейших ограничений не было.

В опросе приняло участие 50% городских жителей и 50% сельского населения.

Студенты и школьники – 10,2%, предприниматели – 5,1%, безработные – 2,6%, наемные работники – 39,7%, представители органов власти и МСУ – 11,5%, граждане, вышедшие на пенсию – 29%.

Респонденты со средним и средним специальным образованием – 52,3%, с высшим и незаконченным высшим образованием – 42,3%

К органам власти и МСУ письменно начиная с 2008 г. обращались 47,4%, не обращались – 34,6%, нет ответа – 14,1%.

Если обращались, то получили ли ответ на свое обращение:

- вовремя с полноценным решением проблемы – 14,1%;
- получил ответ, но проблема решена не полностью – 7,7%;
- получил ответ вовремя, но проблема не решена – 9%;
- получил ответ с нарушением сроков с полноценным решением проблемы – 1,3%;
- получил ответ с нарушением сроков, проблема решена не полностью – 1,3%;
- получил ответ с нарушением сроков, проблема не решена – 2,6%;
- ответа не получил – 7,7%;
- не ответили – 56,4%.

Таблица 1 Уровень доверия к органам власти и МСУ

	Вид органов	Доверяю	Скорее доверяю	Скорее не доверяю	Не доверяю
1	Президенту РФ	14,1	29,5	23,1	26,9
2	Федеральным органам (Правительство РФ, Федеральное собрание РФ, иные органы)	3,8	24,4	30,8	34,6
3	Органам власти субъектов федерации	3,8	17,9	35,9	35,9
4	Органам местного самоуправления	11,5	26,9	25,6	29,5

Принимали участие в устном обсуждении вопросов с представителями власти (на собраниях, совещаниях, круглых столах) 41,1%, не принимали участие 47,4%, не ответили 11,5%

Доверяют решение своих проблем органам власти 3,8%, друзьям 15,4%, членам семьи 37,2%, никому 25,6%, неформальным лидерам 3,8%, другим членам общества 5,1%, не ответили 9%.

Ответы респондентов на вопрос «на сколько они себя ощущают счастливыми (по 10-бальной шкале) распределились следующим образом: 1-3 балла – 10,3%, 4-7 баллов – 32%, 8-10 баллов – 42,3%, не ответили – 6,4%.

Ощущение счастья зависит от уровня доверия к органам власти и наоборот у 12,8%, не зависит у 61,5%, не знает ответа на вопрос 17,9%, ответ на вопрос не дали 7,7%.

Зависимость успешного развития района от уровня взаимного доверия между населением и органам власти выражена мнением респондентов следующим образом: зависит 74,4%, не зависит 10,3%, не ответили – 14,4%.

Хотели бы уехать из своего района в город (областной центр) 26,9%, не желают уезжать 60,3%, затрудняются ответить 7,7%, не ответили 5,1%.

Имеют жилье за пределами районов 20,5%, не имеют 73,1%, не ответили 6,4%.

Хотели бы, чтобы дети проживали на родной территории района 33,3%, 46,2% желают, чтобы дети уехали за пределы района, не знают как ответить 15,4%, не ответили 5,1%.

Считаете, что район развивается 1,3%, скорее развивается, чем умирает 2,6%, скорее умирает 39,7%, умирает 48,7%, затруднились ответить 3,8%, не ответили 3,8%.

Считают, что необходимо развивать межрайонное взаимодействие в Поважье 74,4%, не видят в этом смысла 5,1%, не ответили 21,5%.

На вопрос о том, поможет ли межрайонное взаимодействие решить проблемы респондентов положительно ответили 42,3%, отрицательно 25,6%, не ответили 32,1.

Зависит ли по Вашему мнению развитие территории от уровня безопасности: да – 47,4%, нет – 6,4%, не ответили – 46,1%.

Мы уверены, что стратегия, выработанная в ходе реализации проекта, посредством проведения социологических исследований, в том числе и посредством использования возможностей социальных сетей, позволит значительно расширить и дополнить планы стратегического развития Вологодской и Архангельской областей, повысит эффективность их реализации и поддержать существующие и стартапы новых бизнес-компонентов, а также значительно повысить уровень доверия населения к органам власти всех уровней и сформировать положительное видение будущего в первую очередь у молодежи.

В.Н. Логвинова

ОНЛАЙНОВЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО КОММУНИКАЦИИ ВЛАСТИ И ОБЩЕСТВА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ЭКСПЕРТНОГО ОПРОСА)

ЛОГВИНОВА Валентина Николаевна – студентка Тульского государственного университета, 4-й курс, специальность «Политология». E-mail: valyalogvinova@rambler.ru

Политико-коммуникационное взаимодействие власти и общества в современной России характеризуется активным внедрением новых информационно-коммуникационных технологий. Особое значение здесь приобретают онлайн-социальные сети («Vkontakte», «Twitter», «Facebook», «LiveJournal» и другие), в которых сегодня зарегистрированы как политики и чиновники федерального, так и регионального уровней, а также имеют свои аккаунты политические партии и властные структуры.

Однако в обществе не существует однозначной оценки выхода власти, прежде всего чиновников, в Сеть, поскольку одна часть граждан считает, что таким образом чиновник становится доступнее для личного общения, другая часть – что это лишь отвлекает от его непосредственных обязанностей.

Результаты экспертного опроса, проведенного на базе кафедры социологии и политологии Тульского государственного университета ($n=20$ экспертов, представляющих научное, административное и Интернет-сообщества города Тулы и Тульской области, а также специалисты в области SMM-продвижения), позволяют сделать вывод о необходимости вовлеченности властных структур в информационно-коммуникационное взаимодействие в онлайн-социальных сетях. Эксперты объяснили это тем, что взаимодействие в социальных сетях может способствовать реализации действенного механизма обратной связи, открытости власти и возможности более быстрого решения проблем граждан, что в свою очередь обеспечит властным структурам лояльность к их действиям/решениям/выбранному курсу, а также положительно скажется на их имидже.

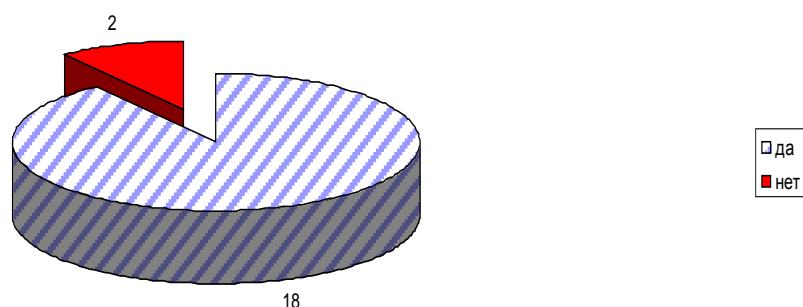


Рисунок 1 – Необходимость вовлеченности властных структур в информационно-коммуникационное взаимодействие в онлайн-социальных сетях

Вместе с тем, оценивая эффективность политико-коммуникационного взаимодействия власти и граждан в социальных сетях по ряду критериев, эксперты в основном отметили низкий показатель.

Таблица 1 Уровень политического информирования граждан в онлайн-социальных сетях в современной России

Как Вы считаете, каков уровень политического информирования граждан в онлайн-социальных сетях в современной России?	
Вариант ответа	Количество экспертов
Высокий	3
Средний	12
Низкий	5
Всего	20

Таблица 2 Уровень организации обратной связи властных структур, общественных организаций и граждан в онлайн-социальных сетях в современной России

Как Вы оцениваете уровень организации обратной связи властных структур, общественных организаций и граждан в онлайн-социальных сетях в современной России?	
Вариант ответа	Количество экспертов
Высокий	0
Средний	9
Низкий	11
Всего	20

Таблица 3 Степень влияния властных структур на предпочтения электоральных групп в онлайн-социальных сетях в современной России

Какова, на Ваш взгляд, степень влияния властных структур на предпочтения электоральных групп в онлайн-социальных сетях в современной России?	
Вариант ответа	Количество экспертов
Высокий	0
Средний	9
Низкий	11
Всего	20

Таблица 4 Уровень краудсорсинга в политико-коммуникационном взаимодействии власти и общества в онлайн-социальных сетях в современной России

Как Вы оцениваете уровень краудсорсинга в политико-коммуникационном взаимодействии власти и общества в онлайн-социальных сетях в современной России?	
Вариант ответа	Количество экспертов
Высокий	0
Средний	5
Низкий	15
Всего	20

Таблица 5 Возможность формирования положительного имиджа властных структур в онлайн-социальных сетях

Считаете ли Вы возможным формирование положительного имиджа властных структур в онлайн-социальных сетях?	
Вариант ответа	Количество экспертов
Да	18
Нет	2
Всего	20

Данное обстоятельство они объясняют средней степенью готовности властных структур и граждан взаимодействовать друг с другом не только в онлайн, но и в офлайн-среде. По мнению экспертов, это связано с традиционной тягой власти к закрытости, отсутствием у нее желания налаживать диалог с гражданами, указанием исключительно высшего руководства чиновникам взаимодействовать с населением в социальных сетях и их неумением работать с новыми ИКТ; со стороны граждан – недоверием власти, неравным доступом к сети Интернет, низким уровнем компьютерной грамотности у старшего поколения.

В связи с этим, был предложен ряд рекомендаций органам государственной власти РФ, общественно-политическим организациям и политическим деятелям, реализация которых может способствовать повышению эффективности политической коммуникации в социальных сетях.

Во-первых, необходимо обратить особое внимание на технологическую сторону политико-коммуникационного взаимодействия власти и общества в онлайн-социальных сетях.

Во-вторых, детально проработать механизмы регулярного обучения представителей властных структур, общественно-политических организаций эффективному взаимодействию в онлайн-социальных сетях, а также проводить информационно-пропагандистские мероприятия, направленные на повышение уровня информированности граждан о возможностях взаимодействия через социальные сети.

В-третьих, необходимо обеспечить персонализированное участие политиков в политико-коммуникационном взаимодействии власти и общества в онлайн-социальных сетях посредством законодательного оформления обязательства чиновников реагировать на сигналы от граждан, поступающих через онлайн-социальные сети.

В заключение отметим, что необходимо акцентировать внимание, прежде всего, на готовности чиновников и самих граждан взаимодействовать друг с другом посредством новых информационных технологий. Именно обоюдное желание акторов политической коммуникации способно повысить эффективность данного процесса.

В.А. Михайлов, С.В. Михайлов
ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

МИХАЙЛОВ Валерий Алексеевич – доктор философских наук, профессор, зав. кафедрой социологии Тверского государственного университета. E-mail: p001882@tversu.ru

МИХАЙЛОВ Сергей Валерьевич – кандидат философских наук, доцент кафедры социологии Тверского государственного университета. E-mail: p001881@tversu.ru

В информационном обществе, где центральным видом производства становится поиск и распространение самой разной информации среди специфических видов общественности, разнообразие и интенсивность информационно-коммуникативных потоков достигают такой плотности и величины, что традиционные способы фиксации, обработки и передачи информации уже не срабатывают.

Появление новых информационных технологий является одной из попыток выхода из сложившегося положения. Классическое «The medium is the message» и взрывной характер проникновения Интернета в личную и общественную жизнь позволяет сделать вывод, что логика компьютерных сетей постепенно начнет превращаться в логику общения современного человека, а «Сеть сетей» может стать эпицентром развития современной организации социума.

Общественное мнение (public opinion) – коллективное оценочное суждение, т.е. процесс и результат обсуждения каким-то сообществом тех или иных социальных явлений с получением публично оформленной оценки по поводу обсуждаемых событий, лиц и т.д.

Социальные сети – новое поле (способ) коммуникативного взаимодействия; новая форма коллективного обсуждения интересующих определенную группу людей индивидуальных, узкогрупповых и общественных проблем; новая форма публичности.

Интернет-коммуникация как новая практика информационно-коммуникативного взаимодействия существенно изменяют привычную конфигурацию коммуникативного акта: если в массовом обществе информация идет преимущественно от коммуникатора к коммуниканту, то в Интернет-пространстве все наоборот: здесь уже нет пассивных читателей, зрителей, слушателей, тут господствуют активные пользователи циркулирующей информации.

С точки зрения своих социально-технологических характеристик, Интернет – это место (виртуальное) и способ (современный), где (киберпространство) и как (в оцифрованном виде) соединяются («кентаврируются») все формы коммуникации. Характер и структура Интернет-коммуникации существенно отличаются от всех известных типов коммуникативных практик: здесь представлены все виды коммуникации (массовая, специализированная, межличностная, интраперсональная); удельный вес и значение массовой коммуникации в Интернете минимально; здесь господствует специализированная информация при одновременном значительном росте индивидуального (интерактивного) взаимодействия; огромное разнообразие содержания доступной информации; соединение межличностной и массовой коммуникации как отражение взаимопроникновения некоторых характеристик массового и информационного общества и др.

Природа, структура и функции общественного мнения, формирующегося (формируемого) и функционирующего в социальных сетях и через социальные сети – в силу указанных причин – имеют свои особенности.

Виртуальная реальность – способ построения альтернативных миров, что и подчеркивается в одном из этимологических значений термина «виртуальный» (альтернативный, т.е. пробуждающий мысль). Как афористично заметил М. Хайм, настоящее киберпространство призвано будить воображение, а не повторять (дублировать) мир [1]. В постмодернистском дискурсе «Я» уже не выступает как смыслорегулирующая структура, ибо социально значимой становится инсценировка собственной индивидуальности через различные самопрезентации (некоторые исследователи считают, что самопрезентация составляет единственную реальность личности в виртуальной среде). Таким образом, способ объединения индивидуальных мнений в коллективное оценочное суждение происходит здесь на фоне «Я»-центрирования.

В целом виртуальная среда – как никогда креативная среда: чтобы сохранить себя как целостность, она обречена постоянно все время расширять свою совокупную коллективную деятельность. При этом Е-пространство становится единым информационно-коммуникативным пространством не только для всех субъектов, но и соответствующих сегментов, в которых разворачивается та или иная профессиональная деятельность или дружеское общение. Преобладающей формой общения становится диалог, а не монолог; вместо односторонне направленного информационного потока (от коммуникатора – к коммуниканту) приходит

коммуникационное взаимодействие («компьюникация»). Можно даже говорить о целой революции: активность и избирательность реципиента возрастает настолько, что он превращается в главную фигуру коммуникативного взаимодействия.

Основа объединения в социальную сеть – единство ценностей, интересов, устремлений. Сетевое сообщество – совокупность связей между людьми, имеющими что-то общее (взгляды, занятия, хобби, место жительства, национальность, проблемы и т.д.).

Основой сообщества – общение между людьми. Сегодня социальные сети (LinkedIn, Facebook, Twitter, Google+, ВКонтакте, Мой мир и др.) являются лидерами по числу сообществ. Ценность Интернет-сообществ состоит в том, что позволяют свободно высказывать личное суждение по любому поводу; соединение межличностное и массовое (лекция, форум, диспут, митинг) и проч.

В силу того, что любой человек одновременно является членом многих малых и больших социальных групп, то структура его самоидентификации может быть представлена как «Я-ромашка», где «Я» есть взаимопересечение многих «Мы» (по профилю социальных сетей уже сегодня можно достаточно полно и точно описать самоидентификацию личности). Сообщества – через данную личность (и индивиды через определенную социальную сеть) – пересекаются как олимпийские кольца или вкладываются друг в друга. Таким образом, социальная сеть – не просто лоскутное одеяло, но целая система «сильных» и «слабых» взаимодействий.

В отсутствие упорядочивающего центра и упорядочиваемой периферии любое социальное пространство неизбежно образует хаотичные (мозаичные, сетевые) структуры. Виртуальная среда, если использовать терминологию А. Моля, устроена в высшей степени не иерархично. Естественно, и восприятие TV-сообщения характеризуется определенной мозаичностью представляемой информации. Однако именно с распространением «компьюникации» данная черта общения становится господствующей и предопределяющей сам характер восприятия и ориентации в мире. Отныне «знаниевые» элементы уже не заданы в иерархической форме, а лишь даны как «рассеянные» и «децентрированные» конфигурации в горизонте множественного, а оттого и неизбежно фрагментарного дискурса. Таким образом, когнитивный компонент общественного мнения оказывается здесь чрезвычайно удаленным от научного (системного, полного и т.д.) способа получения и обработки информации, а в целом взаимосвязь и взаимовлияние когнитивного и чувственно-эмоционального уровней осуществляется достаточно специфическим образом.

Как выражаются некоторые специалисты, без сообществ социальные сети являют собой просто приукрашенные телефонные справочники и списки контактов. Функции социальных сетей (как традиционные, так и новые): поддержание общения, обмен мнениями, получение информации, средство самореализации и др. При этом общение происходит в безличной форме, где пользователь спрятан в анонимной Nick-самопрезентации, а свои эмоции и чувства человек вынужден выражать исключительно в вербальной форме. В Интернет-сообществе у человека создается виртуальная личность, которая может сильно отличаться от его реальной личности, и которая для человека может быть даже важнее, чем реальная. В силу этого чувственно-эмоциональный компонент сетевого общественного мнения носит, с одной стороны, явный и почти демонстративный характер, но с другой – является весьма труднодоступным для той или иной проверки.

Сетевая общественность – как носитель общественного мнения – имеет чрезвычайно специализированный и фрагментарный профиль, поэтому не может выступить выборочной совокупностью, а первичные данные, получаемые на основе изучения мнений, представленных в социальных сетях, могут лишь условно подвергаться процедуре анализа данных. Так, американский центр Pew Research Center сделал вывод, что замеры общественного мнения в социальных сетях почти всегда дают искаженную картину реальности. Исследователи сравнили реакцию пользователей сервиса микроблогов Twitter с данными социологических опросов по ключевым событиям американской политики 2012 г. Эксперты объяснили расхождение тем, что в сети в принципе невозможна корректная выборка [2]. К тому же в настоящее время подростки являются основной коммуницирующей массой в социальных сетях. Недаром современную молодежь часто называют

«поколением социальных сетей»: данный информационно-коммуникативный канал успешно удовлетворяет их потребность в общении, поиске новых знакомств, обмене информацией

Надо отметить, что в социальных сетях – как средстве публичной коммуникации между людьми, как способе выражения общественного и инструменте влияния на общественное мнение – особое место занимают активные («говорящие») пользователи (те, кто проявляет свою позицию по исследуемым темам и выражает свое мнение путем размещения открытого контента: постов, твитов, комментариев и т.д.). По данным Vox Populi, всего 17% пользователей коммуницируют в социальной сети «В контакте», а остальные предпочитают отмалчиваться или использовать сети в других целях (просмотр видео, прослушивание музыки, чтение новостей) [3].

Надо разделять: а) общественное мнение в социальных сетях, б) общественное мнение вне социальных сетей, в) взаимовлияние того и другого друг на друга. Чем больше будет появляться социальных сетей (взаимодействующих в них людей, каналов связи между различными социальными сетями и т.д.), тем большее значение они будут иметь для формирования и функционирования общественного мнения, ибо вместе с ними будут появляться все новые возможности влияния на общественное мнение. Б.З. Докторов и А.Е. Шадрин отмечают, что «уже сейчас Интернет используется социологами для проведения экспертных опросов, маркетинговых зондажей, некоторых форм фокус-групп, анкетирования и т.д. По мере роста сети, увеличения аудитории Рунет и формирования стереотипов новой онлайн-культуры эти возможности будут непрерывно возрастать» [4. С. 6.].

Итак, наступающее информационное общество – общество процессов, а не структур. Вместо былого «пространства мест», по М. Кастельсу, приходит «пространство потоков», а вместо былого часового времени наступает «без(вне)временное время». Информационализм становится способом развития общества. При описании социокультурных процессов невозможно не учитывать воздействия новых информационных и телекоммуникационных технологий, которые приобретают конституирующее значение. Одним из альтернативных терминов при описании постиндустриального общества стал термин «сетевое общество». Как отмечает Р. Штихве, в этих условиях понятие «сеть» реально «заменяет старые социологические понятия, такие как понятие группы или общины, на понятия средней области действия...Понятие сети в этом случае будет не только указанием на универсальный метод и теорию в социологической дисциплине, но и на новую форму структуры мирового сообщества» [5].

Многие исследователи отмечают, что социальные сети сегодня превращаются в главный формат общения у активных слоев населения. А так как в теории общественного мнения четко разделяются создатель (лидер мнений, элита, узкая общественность и т.д.) и носитель общественного мнения (народ, электорат, широкая общественность и т.п.), то можно с уверенностью предполагать, что потенциально место и роль социальных сетей – как альтернативного канала формирования и функционирования общественного мнения – будет только возрастать. Уже сегодня социальные сети представляют собой не просто средство общения, а средство формирования результативного общественного мнения, влияния на решения ВИП-персон. Таким образом, можно также предположить, что практика дальнейшего развития сети социальных сетей создаст, наконец, образцы давно ожидаемого соединения процессов изучения и формирования общественного мнения.

Литература

- 1 Хайм М. Метафизика виртуальной реальности // Исследования по философии современного познания мира. М., 1995. Вып. 1.
- 2 Кишин И. Мнения в социальных сетях – это не глас народа // <http://madan.org.il/node/7202>.
- 3 Статистика активностей в социальных сетях // <http://elenamel.ru/post/72>.
- 4 Докторов Б.З., Шадрин А.Е. Социология в российском Интернете: В начале долгого пути. М., 1999 [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.isn.ru/sociology/public/sociology.htm.
- 5 Штихве Р. К генезису мирового общества – инновации и механизмы // Журнал социологии и социальной антропологии. 1999. Том II. № 3.

С.В. Муращенко
**ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ЛОББИЗМА ДЛЯ РАСШИРЕНИЯ ПРАКТИКИ
ОКАЗАНИЯ ВЛИЯНИЯ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА НА ОРГАНЫ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В
СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

МУРАЩЕНКОВ Сергей Викторович – кандидат политических наук, доцент кафедры социологии и политологии Тульского государственного университета. E-mail: MSV231284MSV@yandex.ru

Расширение практики использования сети Интернет детерминировало трансформацию всех сфер жизни современного общества: появление электронного правительства, социальных сетей, площадок для обсуждения социально-политических проблем – это лишь немногие примеры все возрастающего влияния компьютерных сетей. Сегодня Интернет, с одной стороны, становится ценным социально-политическим ресурсом, а с другой – эффективным каналом продвижения интересов гражданского общества в органы государственной власти. Фактически компьютерные сети видоизменили институт представительства интересов социальных субъектов, сделали его более мобильным, расширили его функциональный потенциал, в том числе сделали возможным появление новой технологии – информационного (лоббизма) лоббирования.

Стоит заметить, что информационный лоббизм относительно молодое явление современной политической жизни и, несмотря на то, что находит свои корни в традиционном кулуарном лоббизме, не тождественен ему. Лоббизм современная политическая наука чаще всего определяет как политическую деятельность, основанную на правовом регулировании и осуществляемую на профессиональной основе, заключающуюся в доведении до сведения лиц, принимающих решения, информации социальных субъектов, от лица которых выступает лоббист. При этом в ряде дефиниций термина «лоббизм» используются такие формулировки, как «оказывать влияние на органы исполнительной и законодательной власти», «организованное влияние на парламент» и др.

Появление нового направления представительства интересов требует использования адекватной методологии для его изучения и прогнозирования становления и развития – неоинституционального, сетевого и коммуникационного подходов. Использование информационных технологий в реализации интересов социальных субъектов трансформирует дефиницию понятия «лоббизм»:

- во-первых, постепенно теряет решающее значение профессионализм лоббиста, поскольку отследить участников становится практически невозможным;
- во-вторых, важным становится качество информации, ее эксклюзивность и злободневность, а также умение с ней работать;
- в-третьих, в процессе информационного лоббизма Интернет используется как средство массовой информации, способным через коммуникационные каналы влиять на органы государственной власти;
- в-четвертых, воздействие на парламент и администрацию является преимущественно информационным и зависит от наличия соответствующего связующего звена – информационного портала, сайта, странички в социальной сети и др.;
- в-пятых, активным инструментом становится организованная «атака» на выше перечисленные информационные ресурсы и др.

Использование сети Интернет в лоббистской деятельности можно проследить по трем основным направлениям:

- во-первых, компьютерная сеть как политико-коммуникативный ресурс;
- во-вторых, прямое информационное давление через компьютерные сети;

- в-третьих, личное опосредованное общение с чиновником (государственным деятелем), принимающим политические решения через компьютерную сеть.

Итак, расширение практики использования сети Интернет в системе представительства интересов гражданского общества существенно видоизменяет институт лоббизм, его классическую организационную структуру. Информационный лоббизм постепенно становится эффективным каналом продвижения гражданских инициатив, групповых интересов, что детерминирует появление новых информационных технологий лоббистской деятельности, а использование передовых достижений компьютерной коммуникации в политической сфере рассматривается фактор становления электронной демократии.

Литература

- 1 Белоусов А.Б. Лоббизм как политическая коммуникация. Екатеринбург: УрО РАН, 2005. 216 с.
- 2 Белобородов С.Г. Особенности лоббирования посредством компьютерных сетей // Лоббист. № 3. 2007. С. 67-72.
- 3 Ионин Д.А. Информационный лоббизм как особый тип коммуникативных связей // Власть. № 11. 2008. С. 98-102.
- 4 Стульников Ю.Б. Цивилизованный лоббизм как фактор взаимодействия власти и гражданского общества // Власть. – 2008. – № 8. – С. 30-34.

В.Д. Нечаев, Е.В. Бродовская
WORLD INTERNET PROGET IN RUSSIA–2013:
НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРИКЛАДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

НЕЧАЕВ Владимир Дмитриевич – доктор политических наук, ректор Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. E-mail: brodovskaya@inbox.ru.

БРОДОВСКАЯ Елена Викторовна - доктор политических наук, заведующая кафедрой политологии Института политики, права и социального развития Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова. E-mail: brodovskaya@inbox.ru.

В основе методики и инструментария проведения *массового опроса* – результаты работы международной исследовательской группы (9–13 июля 2013 г. в г. Богота (Колумбия)), объединенной в рамках *World Internet Project (WIP)*. Необходимо отметить, что методика WIP–2013 была *дополнена серией открытых вопросов*, касающихся особенностей ценностно-потребностной сферы российских пользователей. Специфика исследования заключается также в том, что в массовом опросе опрашивались *представители активной части российских пользователей* в возрасте от 15 до 30 лет (1100 чел.) – участники Всероссийского образовательного форума «Селиге –2013» (июль, 2013 г.), организованного стратегическим партнером Московского государственного гуманитарного университета им. М.А. Шолохова – *Федеральным агентством по делам молодежи Министерства образования и науки РФ*.

Кроме этого, в отличие от методики WIP–2013, предполагающей проведение исследования исключительно в формате массового опроса, настоящая модель дополнена *глубинным интервью*, позволяющим детализировать типы ценностных предпочтений российских пользователей, учитывая индивидуальные особенности и характеристики коммуникативного стиля, реализуемого в сети Интернет. *Партнерскую поддержку* в формате научной экспертизы инструментария глубинного интервью оказали: Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), исследовательские комитеты по политической социологии Российской ассоциации политической науки (РАПН) и Российского общества социологов (РОС).

Мониторинг социальных сетей с использованием киберметрического (автоматизированного) анализа: во-первых, решает проблему малых выборок; во-вторых, позволяет выявить взаимообусловленности офлайн и онлайн репрезентаций ценностных ориентаций молодых российских пользователей.

Финансирование исследования реализовано на средства гранта «Влияние Интернет-коммуникации на формирование ценностных ориентаций российской молодежи» МД-7540.2013.6 Совета по грантам при Президенте РФ.

Проанализировав количественные и технологические характеристики Интернет-коммуникации молодых российских пользователей, а также сопоставив данные настоящего исследования с результатами World Internet Project in Russia-2012, можно сделать вывод о том, что для молодой аудитории Интернета свойственна большая активность и технологичность коммуникации онлайн.

Общим трендом является тот факт, согласно которому молодежь, как и все российские пользователи в целом, скорее потребляют и тиражируют Интернет-контент, чем создают его. Молодых российских пользователей отличает большая ориентированность на потребление новостной информации онлайн, так как Интернет выступает доминирующим источником развлечений и информации.

Ежедневно молодые российские пользователи применяют многообразные роли в глобальной сети: участвуя в играх, реализуя программу дистантного обучения, совершая покупки и платежи, скачивая развлекательный контент, осуществляя веб-серфинг и т.д. Чем больший масштаб Интернет-коммуникации выбирают для себя пользователи, тем больше ролей и связанных с ними потребностей они реализуют в виртуальном пространстве.

Ориентация на политические функции Интернета выражена у молодых российских пользователей значительно сильнее, чем в среднем у всех возрастных групп. Большинство представителей молодежи позитивно относятся к реализации политической субъектности в глобальной сети, понимая ее, главным образом, как расширение возможностей по защите политических прав и свобод, осуществлению открытой политической коммуникации. Молодые российские пользователи сдержаны в оценках потенциала влияния общественного мнения, складывающегося в глобальной сети, на деятельность властных структур.

Молодежная аудитория Интернета в России, по сравнению с другими группами населения, проявляет высокий уровень доверия к достоверности Интернет-контента, что оказывает непосредственное влияние на позитивное восприятие политической субъектности пользователей глобальной сети. Этот факт диссонирует с негативными оценками конфиденциальности персональной информации и незащищенностью приватности действий онлайн.

Разнонаправленные оценки границ свободы и безопасности в сети Интернет раскалывают молодежную аудиторию пользователей. При этом дифференциация мнений отражает не столько выраженность позитивных оценок политической субъектности онлайн, сколько характер Интернет-активности и типы потребляемого пользователями Интернет-контента. «Небезопасно» в глобальной сети себя чувствуют респонденты в большей мере ориентированные на развлекательные функции Интернета.

Сторонниками усиления контроля властей над Интернет-коммуникацией являются молодые российские пользователи, которых условно можно отнести к «партии телевизора». Сторонниками «абсолютной свободы слова» в сети Интернет выступают молодые российские пользователи, ориентированные, прежде всего, на критику властных структур, практикующие выражение своего мнения по поводу политики и политиков в повседневности онлайн-коммуникации.

Толерантность к экстремистскому дискурсу в меньшей мере связана с ориентированностью части молодых российских пользователей на политические функции Интернета и позитивным восприятием политической субъектности онлайн, но в большей мере отражает критический настрой по отношению к действиям государственных чиновников и политиков.

Л.А. Паутова

«АКТИВНАЯ СОЦИОЛОГИЯ»: ОПЫТ ВОВЛЕЧЕНИЯ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ, ЛОНГИТУДНЫЕ И КРАУДСОРСИНГОВЫЕ ПРОЕКТЫ

ПАУТОВА Лариса Александровна – доктор социологических наук, директор проектов Группы компаний ФОМ®. E-mail: pautova@fom.ru

Трендом современных политических и бизнес-процессов является потребность в привлечении активных и «толковых» людей к совместной выработке конкретных идей или решений. Актуальный запрос постепенно конструирует новую область знания: «среднюю» зону между массовым, общественным мнением и экспертным знанием. Очевидно, что основой запроса на привлечение «толковых» людей является стремление заказчиков повысить *практическую значимость проектов* и получить больше сведений для решения конкретных управленческих или бизнес-задач (новый, «открытый» менеджмент). Другим немаловажным фактором является растущий спрос на «поиск людей» – носителей знаний и способностей. Заказчиков все чаще интересуют локальные активные группы и возможность подключения их к практическим проектам (новые человеческие ресурсы). Все эти процессы являются основой для развития «активной» социологии, базирующейся на принципах краудсорсинга (цель-решение задачи, аудитория – каждый желающий, требования к участникам – интерес, готовность к работе) [1].

Вовлечение – метод для социологии менее характерный, но активно используемый в практическом маркетинге, SMM и PR. Социологи и маркетологи-исследователи обычно ограничиваются рекрутментом как методом поиска, отбора и привлечения искомым целевым группам к исследованию. Вовлечение отличается от привычного рекрутмента тем, что предполагает более сложное взаимодействие посредством формирования успешного опыта целевых действий (вступление в панель, вовлечение других участников, более длительная работа в сложном проекте и т.п.)

Социальные сети становятся наиболее актуальными сферами рекрутмента и вовлечения, особенно если речь идет об онлайн-проекте. Вместе с тем, вовлечение в проекты через социальные сети – технология для социологов мало знакомая, а потому требующая *новых компетенций*. Навыки рекрутера, ранее использовавшего снежный ком, скрининговые опросы, обзвон панели и т.п., оказываются недостаточными.

Опыт группы компаний ФОМ® в очередной раз доказывает, что социальные сети дают исследователю *иллюзию близости* с потенциальными респондентами или участниками проектов. Умелое использование современных технологий автоматизированного поиска в социальных сетях (ГК ФМ реализовал несколько проектов с компанией Wobot) позволяет быстро и точно найти людей по заданным признакам. Однако связаться с ними, и тем более получить положительный отклик на приглашение, бывает крайне сложно. Перечислим основные трудности, возникающие в социальных сетях в процессе *обращения* к конкретным найденным людям:

- ограничение доступа к личной информации настройками приватности, ограничение на получение сообщений от людей вне круга «друзей» (эксперты, публичные люди, лидеры мнений закрыты реже);
- письмо-обращение, составленное по традиционным меркам, может воспринимать как спам (упоминание имени или названия вуза/компании не воспринимается как основание для ответа);
- усталость от внешних писем (упоминание о призах или оплате участия может ассоциироваться с «лохотроном»);
- подозрительность, низкий уровень доверия к рекрутерам (тот факт, что человек оказался «найденным» кем-то, может вызывать негатив);

- низкий уровень доверия как к социологическим/маркетинговым исследованиям, так и онлайн проектам;
- низкое доверие к аккаунту без «истории», без «исследовательского статуса».

Не имея профессионального опыта работы в сетях, сотрудники ФОМ пришли к необходимости искать новые коммуникативные заходы при общении с пользователями. Особое внимание уделялось тексту и размеру первого письма-обращения, призванного привлечь внимание и вызвать интерес к проекту. Отдельно рассматривались варианты использования рисунков и баннеров вместо текста. Хороший эффект также имели попытки формулировки вопросов пользователям, с целью вызвать их на первичный контакт. Консультации со специалистами по SMM показали некоторые способы работы с дополнительными аккаунтами и усиления имеющихся аккаунтов. Иными словами, сети являются более-менее привычной средой для пользователей, однако сами исследователи по-прежнему остаются «сетевыми иммигрантами», даже если они прекрасно владеют этими ресурсами в обыденной жизни.

Вместе с тем даже точные технологические решения не позволяют добиться эффекта, если не будет тщательно продумана возможная *мотивация участников*. А ведь именно мотивация является, пожалуй, наиболее слабым моментом в социологических исследованиях такого рода. Такие проекты, в отличие от акций производителей не отличаются зрелищностью и силой любимого бренда. Реакция «*Мне это не интересно, извините*» весьма распространена. Наиболее удачными являются отсылки к знакомым («Ваши друзья уже прошли этот опрос»), возможность войти в сообщество («Стань участником команды Подмосковья»), встреча с VIP-персоной («завтрак с Г. Грефом»), привлечение лидеров мнений. Сочетание работы в сетях с привлечением лидеров мнений и снежного кома оказывается также эффективным.

И все же коммуникация с конкретными пользователями сетей имеет скромные показатели вовлечения. На некоторых проектах основной акцент был поставлен на *контекстную рекламу в сетях* (Facebook, ВКонтакте). Такой метод позволяет изначально сконцентрировать усилия на более заинтересованной, мотивированной аудитории, способной к работе на краудсорсинговой площадке (пример слоганов: «Хотите сделать жилье доступным?», «Устраним очереди в детский сад!», «Наведем порядок в Подмосковье», «Решим проблемы экологии Подмосковья»). Отсев мало мотивированных участников совершается автоматически. Перед организаторами встает задача удержания пришедших на площадку проекта.

В докладе будут приведены конкретные примеры из нескольких проектов ГК ФОМ, анализ проблем и путей их решения. Базовый акцент сообщения ставится на важности профессионального ответа исследовательской индустрии на увеличивающиеся запросы социо-практического характера. Новые запросы требуют развития новых компетенций и постоянного обмена информацией с другими сферами (PR, SMM, маркетинг).

Литература

- 1 Ослон А.А. Апология умной толпы // Независимая газета. Приложение ГН-Сценарии. 28.02.2012. <http://fom.ru/blogs/10349>; Ослон А.А. «Краудсорсинг как тренд: активная социология активных людей». Видео запись выступления на Aegis Media Autumn Sessions // http://youtu.be/wLjZ_6uB-Ac.

Д.П. Садовая, К.И. Ильина
КОММУНИКАТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ВЛАСТИ
В ONLINE-ПРОСТРАНСТВЕ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

САДОВАЯ Дарья Павловна – студентка Поволжского института управления им. П.А.Столыпина (ф)
РАНХиГС при Президенте РФ. E-mail: sadovaya.d@yandex.ru.

ИЛЬИНА Ксения Игоревна - студентка Поволжского института управления им. П.А.Столыпина (Ф) РАНХиГС при Президенте РФ. E-mail: sadovaya.d@yandex.ru.

В ходе эволюции межличностных отношений общество доросло до понимания, что стратегия и тактика социального развития должны определяться в режиме диалога всех сил, нет монополии на истину, и что необходимый для социально-политического развития консенсус вырабатывается в ходе общественного диалога. Это объясняет целенаправленные усилия власти по созданию стабильных коммуникационных каналов для налаживания общения с массами.

С развитием традиционных средств массовой информации в XX в. в политической практике сформировался универсальный подход прямой коммуникации от государства к массам, на основе которой стала выстраиваться система создания определенных виртуальных моделей, которые необходимы для формирования у общества представления о политических процессах, и трансляции этих моделей в общественное сознание посредством СМИ.

Тенденция же виртуализации политики отмечается специалистами уже достаточно давно. Взаимодействие с обществом и воздействие на массовое сознание осуществляется посредством применения разнообразных виртуальных конструкций, используемых в качестве инструмента для влияния на общественно-политические процессы и управление ими.

Только есть одно но. Современное Интернет-сообщество уже нельзя назвать массой, даже, несмотря на многомиллионную аудиторию пользователей Интернета. Во-первых, оно хорошо структурировано на уровне горизонтальных связей и не является той аморфной массой, модели взаимодействия с которой разрабатывались в рамках классических теорий политической коммуникации.

Существование многочисленных тематических сообществ в онлайн-пространстве, и их прогрессирование, как в количественном, так и в качественном аспекте, структурирует Интернет-пользователей по группам, в которых можно в большинстве случаев четко выделить социальные, демографические, религиозные и иные характеристики.

Таким образом, мы можем утверждать, что Интернет-сообщество – это не масса в ее традиционном понимании, и при доминировании в Интернет-пространстве горизонтальных коммуникаций между пользователями, традиционные модели массовой коммуникации не будут работать либо же будут работать с непредсказуемым результатом, что, по нашему мнению, неизбежно приведет к необходимости смены моделей массовой политической коммуникации. Именно поэтому современная политическая власть вырабатывает различные новые технологии коммуникаций с Интернет-сообществом.

Стандартными официозными официальными сайтами сейчас никого не удивишь. Отношение к информации, размещенной на них, мягко сказать скептическое. Поэтому власти принимают все новые и новые меры.

Одной из главных тенденций в рамках развития информационно-коммуникационного пространства между властью и обществом является становление блогов в качестве его значимого сегмента, и формирование полноценной политической блогосферы. Не являясь СМИ по своей коммуникативной природе, блоги, тем не менее, активно вторгаются в поле деятельности традиционной прессы, демонстрируя, что могут быть эффективны и на площадках работы с массовой аудиторией.

Традиционные средства массовой информации контролируются, так называемой информационной элитой, и во многих случаях государственные институты власти обладают монопольным правом на осуществление массового информационного воздействия на общество. Управлять же блогосферой в принципе невозможно, можно лишь пытаться ее координировать. Здесь стоит особо подчеркнуть, что эту задачу не в состоянии решить блоги социально-политической,

идеологической направленности, поскольку эта тематическая группа невелика количественно (около 5% до 8% от общего количества блогов⁶). Чтобы ее решить, у достаточно большого количества блогеров должна произойти политизация сознания, в результате чего их информационный контент, изначально далекий от политики, будет нести в себе их личное отношение к актуальным вопросам внутренней политики, к политическим деятелям, правительству, партиям и социальным группам, чьи интересы сталкиваются на политической арене. В дальнейшем происходит объединение блогеров с одинаковыми взглядами на какие-то проблемы в группировки, через которые политические процессы транслируются с какой-либо одной позиции.

Сегодня можно наблюдать первые признаки проявления этой технологии на примере деятельности либерально ориентированных блогеров, которые вовлекают в политические дискуссии тех представителей блогосферы, которые специализируются на объектах художественной коммуникации, прежде всего литературы и кинематографа. Например, критика еще не вышедшего фильма Н. Михалкова «Утомленные солнцем-2» и самого режиссера началась сначала в политических блогах, и эти мнения уже учитывались при рецензировании произведения в блогах посвященных кинематографу, а через гиперссылки отправлять заинтересовавшихся к первоисточнику. Как результат, появились саркастические коллажи на афишу киноленты, что подтолкнуло автора обратиться в суд с иском на блогеров⁷. Итак, блоги словно катализаторы информационных процессов в рамках политических технологий. Они способны задействовать не только политический сегмент блогосферы, но и имеют возможность воздействовать посредством социально-ориентированных блогов. На настоящий момент, для российской власти это один из главных ресурсов усиления своих информационных возможностей, поскольку провластные блоги пока уступают своим политическим оппонентам из-за отсутствия актуальности и остроты, а в целом – из-за официального характера этого изначально неформального коммуникационного канала.

Стоит отметить, что именно государственная власть явилась основоположником политического блоггинга. Ускорителем процесса развития политических блогов в России стал видеоблог Д. Медведева на официальном сайте: www.kremlin.ru, на момент открытия которого, в октябре 2008 г., Медведев являлся Президентом РФ. Уже через 2 месяца в блоге президента появилась возможность оставлять комментарии, а в апреле 2009 г. дублирующий блог был заведен на самом популярном блог-хостинге России – livejournal.ru. Впервые от лица представителя власти столь высокого уровня прозвучал почти не упоминавшийся до этого мотив ведения блога – диалог с гражданами. За год число постоянных участников блога президента превысило 20 тысяч.

В 2010 г. в Twitter появился первый твит Президента, а на сегодняшний момент число его подписчиков составляет 2 045 463 пользователя и увеличивается с каждым днем.

Так выглядит блогосфера со стороны власти, но наиболее активна она со стороны оппозиции. Оппозиционные структуры являются самыми активными блогерами, а иногда попадают из блогеров «в неоспоримые лидеры»⁸. Так как блогосфера – открытая площадка для дискуссий без признаков цензуры. Нельзя не отметить, что инициатива Дмитрия Медведева, о которой отмечалось выше, совпала с пиком популярности оппозиционных блогеров.

Также при рассмотрении политических Интернет-технологий в сфере коммуникации власти с обществом стоит остановиться на проблеме, которая на сегодняшний момент является самой значимой. Суть проблемы состоит в том, что попытки перенести мировой опыт использования онлайн-технологий в российскую политическую практику без осмысления и учета менталитета россиян обречены на провал. Собственная же практика в России сегодня еще не является достаточно богатой. Однако со всей очевидностью можно констатировать, что слепое копирование схем и механизмов применения онлайн-инструментов из-за рубежа не принесет ожидаемого эффекта. То, что российское

⁶ По данным «Свободной трибуны» Алтайской школы политических исследований; ashpi.livejournal.com.

⁷ Ушанов В.П. Блоги как зона информационных рисков власти и ядро новой политической технологии // Бизнес. Общество. Власть. – 2013. № 14. С. 8–14.

⁸Сергей Доренко, главный редактор радиостанции РСН.

Интернет-пространство обладает собственной ярко выраженной спецификой, косвенно подтверждает опубликованный в октябре 2010 г. доклад экспертов Гарвардского университета «Public Discourse in the Russian Blogosphere: Mapping RuNet Politics and Mobilization», посвященный состоянию блогосферы в России⁹.

Еще одной площадкой для диалога власти и общества должны стать различные Интернет система, на примере «Открытого правительства», «Российской общественной инициативы» и т.п. Такие системы должны стать дискуссионными площадками для общественности, где каждый сможет высказаться, задать вопрос и получить на него конкретный ответ. Остается только вопрос, не станут ли эти системы слишком сложными.

Также существует еще одна проблема применения Интернет-технологий в политике – развитие современных информационно-коммуникационных технологий породило и новые виды угроз в виде различного рода кибератак на онлайн-площадки и компьютеры не только обычных пользователей, но и государственных структур. При этом такого рода кибератаки чаще носят политический характер. Для этого встает вопрос о создании новой государственной структуры, которая сможет защищать данные от подобного рода проблем.

Как можно увидеть, современные онлайн-коммуникации не только предоставляют новые возможности для общества и власти, но и порождают новые угрозы и вызовы.

В связи с этим необходимо рассмотреть современные коммуникативные технологии с позиций политологического анализа. В современной политической борьбе информация является одним из ключевых ресурсов при работе с общественным мнением (в т.ч. и внешним)¹⁰, а наличие необходимой коммуникационной инфраструктуры обеспечивает получение целевыми аудиториями транслируемой информации. Однако какой будет эта информация, и в чьих целях будет формироваться общественное мнение также остается непонятным.

Однако, несмотря на обозначенные выше потенциальные проблемы, применение современных политических коммуникаций позволит расширить инструментарий, используемый в политических системах управления, и значительно повысить эффективность проводимых в нашей стране политических кампаний и освещенность политических процессов. Своевременным политологам необходимо поставить перед собой цель изучения уже имеющихся на сегодняшний день мировых коммуникационных технологий для их дальнейшей трансляции в нашей стране. Это будет способствовать повышению эффективности и прозрачности информационного взаимодействия общества и власти, а также будет содействовать обеспечению информационной безопасности России.

Литература

- 1 Ушанов П.В. Коммуникационные стратегии российской власти (1985 – 2012 гг). Российское общество как объект политической коммуникации. – Saarbrücken, 2012.
- 2 Ушанов В.П. Блоги как зона информационных рисков власти и ядро новой политической технологии. // Бизнес. Общество. Власть. – 2013. № 14. С. 8–14.
- 3 Володенков С. Виртуальное пространство политики и его особенности // Научно-аналитический журнал Обозреватель – Observer. –2011. –Т. 257, № 6. –С. 5–16.
- 4 Володенков С. Новые формы политической коммуникации в современном политическом управлении: угрозы и вызовы //Государственное управление. Электронный вестник (Электронный журнал). –2011. –№ 27.

⁹http://cyber.law.harvard.edu/sites/cyber.law.harvard.edu/files/Public_Discourse_in_the_Russian%20Blogosphere_2010.pdf.

¹⁰ Ярким примером важности информационной работы во внешней среде является грузино-южноосетинский конфликт, в рамках которого велась полномасштабная информационная война.

Н.А. Самохвалов

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ СКВОЗЬ ПРИЗМУ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ СОВРЕМЕННОСТИ

САМОХВАЛОВ Николай Александрович – аспирант кафедры политологии Московского государственного гуманитарного университета имени М.А. Шолохова. E-mail: nikolai-samohvalov@yandex.ru

В период всеобщей глобализации приоритетное значение получили так называемые Интернет-сети массового потребления, пользования – социальные сети, которые реализуют важнейшую социализирующую функцию для современного социума. При этом социальные сети нередко выступают в настоящее время инструментарием в руках государственно-властного механизма, позволяющего оказывать непосредственное и максимально эффективное влияние на общественное мнение социума информационной эпохи [1].

Общепринято анализировать возможность использования сетей массового пользования в двух плоскостях. В рамках первой из них Интернет-сети принято рассматривать в качестве широко используемого метода проведения государственной политики органами государственной власти и их должностными лицами [2].

Сторонники этой точки зрения приводят примеры, подтверждающие их предположения. В частности, в китайском сегменте Интернета активно действовал блог «50 Cent Party», который распространял комментарии проправительственного содержания в сетевых сообществах соотечественников [3]. Прекращение работы этого ресурса было оценено на Западе как провал попытки вести пропагандистскую работу в сети Интернет. Тем не менее несколькими годами позже, в ноябре 2006 г., Госдепартамент США запустил аналогичный проект в сети Интернет. Группа из 10 сотрудников Бюро международных информационных программ под названием «Digital Outreach Team» (ДОТ) начала размещать свои комментарии на новостных сайтах, в блогосфере, на форумах в Интернете на арабском языке, языках фарси и урду [4]. Ставилась цель довести до Интернет-сообществ в недружественных странах неискаженную суть американской внешней политики, а также противодействовать распространению в Сети враждебной США дезинформации.

Учитывая современные политические процессы в государствах Северной Африки и Ближнего Востока, мы вынуждены объективно констатировать, что общемировые Интернет – сети, например, Facebook, Twitter сыграли фундаментальную роль в зарождении революционных настроений различных социальных групп и в их непосредственном практическом выражении в осуществленных твиттер и фэйсбук-революциях [5].

Следует отметить, что это далеко новация для общемировой практики осуществления революционно-политических процессов посредством социальных сетей. Впервые протестные настроения народа были сконцентрированы в единую совокупность на Филиппинах при помощи электронных писем, рассылаемых на телефон в начале третьего тысячелетия. Всеобщее недовольство было выражено политическим курсом государства, которому рьяно следовал президент Филиппин Джозефа Эстраду.

Именно такие социальные сети как Twitter и Facebook послужили тем самым детонатором для разнородных социальных слоев и групп населения Ближнего Востока и Северной Африки, сыграв роль основной консолидирующей силы для социума данных географических регионов нашего мира, которые вынудили отказаться от притязаний на власть правящих династий и кланов, определяющих курс развития конкретных государств на протяжении нескольких десятилетий [6].

Что касается использования социальных сетей в интересах бизнеса, то первоначальный скепсис руководителей крупных компаний сменился осторожным оптимизмом. В 2009 г. британский деловой форум ИТ-специалистов (Corporate IT Forum) провел специализированный семинар, на котором ИТ-руководители из более чем 30 крупных предприятий рассмотрели все плюсы и минусы

социальных сетей [7]. Все без исключения компании заявили о своем желании изучить эту тему подробнее. ИТ-руководители пришли к единому мнению, что значительная часть молодых работников (так называемое поколение Y) считает обмен сообщениями через Facebook более естественным, чем звонок по телефону. Таким образом, социальные сети являются важным фактором в привлечении и сохранении талантливых молодых сотрудников [8].

В заключение, считаем необходимым заключить следующее:

- Сети массового потребления (социальные сети) сегодня выступают важнейшим стратегическим социализирующим механизмом для разнородных на первый взгляд групп и слоев населения, но объединенных общими взглядами и интересами в политической идеологии конкретного государства.
- На сегодняшний день объективно следует признать, что «юзеры» массовых сетей, не смотря на свою политическую идентичность в конкретном государстве пассивны и не готовы к активным действиям без разбавления их с специализированными и в большинстве своем подпольных организаций и незаконных формирований. Только в своей совокупности они превращаются в реальную силу, которая способна оказывать серьезное влияние на все уровни власти конкретного государства мирового сообщества.
- Перед началом фэйсбук- и твиттер-революций наблюдался рост «юзеров» социальных сетей в геометрической прогрессии. В Российской Федерации также наблюдается значительный рост пользователей сетей массового потребления, что указывает на необходимость дополнительного контроля и мониторинга социальных сетей.
- Необходимо осуществлять более глубокую научно-теоретическую, практическую и доктринальную разработку основных тенденций современных социальных сетей и их влияние на коллективное мнение и поведенческие мотивы современного российского социума.

Литература

- 1 Губанов А.А., Новиков Д.А., Чхартишвили А.Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства. М., 2010.
- 2 Бард А., Зондерквист Я. Новая правящая элита и жизнь после капитализма. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2004.
- 3 York J. Berkman Centre. Boston. URL: [http:// www.siasat.pk/forum](http://www.siasat.pk/forum).
- 4 Bureau of International Information Programs, U.S. Department of State. URL: www.state.gov.
- 5 Тукмаков Д. Твиттерреволюции // Завтра. Апрель 2011 г.
- 6 Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция. М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006.
- 7 РИА Новости. 12 февраля 2011 г., www.rian.ru.
- 8 Голласт Д. «Голос Америки». 15 февраля 2011 г., <http://www.voanews.com/english/news/>

В.А. Серебрянская
РЕГИОНАЛЬНАЯ БЛОГОСФЕРА КАК ПОЛЕ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ:
АКТОРЫ, РЕСУРСЫ, КОНТЕНТ

СЕРЕБРЯНСКАЯ Вероника Анатольевна – магистрант Самарского государственного университета социологического факультета направления Социология социальных изменений. E-mail: serebryanskaya-v@mail.ru

В настоящее время Всемирная паутина располагает множеством ресурсных площадок для развития коммуникативных практик всех акторов гражданского общества и властных структур, включая пресловутые социальные сети, форумы, Интернет-сообщества. Сообщества в сети – это и

социальные общности, и пространства деятельности различных социальных субъектов, и определенные социальные среды, и, наконец, феномены специфического объединения и взаимодействия пользователей сети. В частности, сообщества в Живом Журнале (далее – ЖЖ) могут рассматриваться как самоорганизация граждан в сети, обозначая подобные Интернет-объединения в качестве общественных организаций в онлайн-мире, не только транслирующих актуальную информацию, но и выступающих инициатором диалога между отдельной группой интересов (отдельным социальным актором) и государственными органами.

Исследовательский интерес представляют региональные Интернет-сообщества, деятельность которых можно непосредственно изучать, обратившись к конкретным блогерским практикам взаимодействия как внутри самого сообщества, так и коммуникации с внешними акторами, включая, в первую очередь, властные структуры. Речь идет об изучении самарской блогосферы, а именно, городского сообщества в Живом Журнале samara_ru. Данное сетевое сообщество, созданное в 2002 г., в настоящее время объединяет 5456 участников, количество записей – свыше 28 000. По словам основателей сообщества, «*оно создано для обсуждения жизни Самары и Самарской области, и всего, что на эту жизнь влияет*». Иначе говоря, рассматриваемое Интернет-сообщество – площадка для обсуждения тем, касаемых отдельных сторон городской жизни и зачастую находящихся на повестке дня.

Среди акторов сообщества можно выделить как непосредственно сетевых активистов из числа простых горожан, так и представителей госструктур (блоги депутатов, органов власти (к примеру, департаменты администрации города и пр.). В условиях все большей популяризации блогов как актуальных источников информации, традиционные СМИ пытаются удержаться на плаву, ищут выхода. Так, в рассматриваемом сообществе публикуют свои посты и местные журналисты, и разные телерадиокомпании, Интернет-порталы и т.д. Кроме того, значимость информационных и культурных обменов, происходящих в рамках сообщества, проявляется и во внимании местных СМИ к самому контенту региональной блогосферы. Действительно, зачастую блогеры являются первоисточниками информации о том или ином событии, происшествии в городе, первоисточниками и по отношению к традиционным СМИ. Поскольку, случайно оказавшись, к примеру, на месте провала асфальта, блогер может буквально в несколько минут сделать пост, не сходя с места, пользуясь современными гаджетами, и в этот момент он является обладателем новейшей информации, а порой и эксклюзивной. В контексте рассуждения о местном ЖЖ сообществе речь идет о том, что жителям города, имеющим доступ к Интернету, порой интереснее узнать о событиях своего города не из уст журналистов, доверие к которым с каждым годом падает, а из уст такого же, как и ты простого горожанина. Кроме того, значимость блогеров Самарского ЖЖ-сообщества как акторов местного информационного поля проявляется в регулярном участии сетевых активистов в различных телепередачах, пресс-конференциях и круглых столах.

Разумеется, блогосфера как актуализированная и весомая сила общественного мнения в регионе, в настоящее время находится под пристальным вниманием власти, как отдельных ее представителей (депутатов, мэра, губернатора), так и отдельных органов исполнительной власти. И это выражается, в том числе, в переманивании блогеров, имеющих определенный вес в сообществе, на свою сторону, с целью трансляции нужного властям контента через конкретную персону из самарского сообщества. Речь идет о появлении определенной группы, обслуживающей конкретный дискурсивный заказ. Более того, следует отметить наличие факта иерархизации внутри местной блогосферы, позволяющего говорить о том, что в сообществе выделяется слой признаваемых авторитетов – популярных блогеров. Кроме того, стоит отметить и развитие в сообществе института сетевых экспертов по разным направлениям (дороги, медицина, архитектура, фотография и т.п.).

Что касается контента рассматриваемого сетевого сообщества, то, на наш взгляд, можно выделить 4 основных направления постов. Во-первых, самарское Интернет-сообщество представляет собой площадку для трансляции мелких локальных жалоб (на работу поликлиники, на бездействие властей, о конкретных проблемах в сфере ЖКХ и пр.), с целью привлечь внимание на проблему конкретного адресата (органа власти) и найти поддержку среди горожан. Иными словами, местное

сетевое сообщество можно рассматривать как онлайн-публичную книгу жалоб. Во-вторых, виртуальное объединение жителей города в сообщество открывает новую возможность для широких дискуссий по общественно значимым темам. К слову, Интернет-сообщество является доступной дискуссионной площадкой для обсуждения актуальных проблем, городской повестки дня (к примеру, строительство в городе нового объекта (торговый центр, храм, лечебное учреждение и т.д.); обсуждение различных нововведений в городской жизни и др.). В-третьих, Самарское ЖЖ-сообщество представляет собой пространство культурного обмена. Блогеры регулярно размещают посты о городских культурных событиях, анонсы мероприятий, яркие репортажи и т.п. И в-четвертых, рассматриваемое ЖЖ-сообщество является полем политической игры местных властей.

Таким образом, обращаясь к конкретному местному Интернет-сообществу, ставим задачу проблематизировать рассматриваемое коммуникативное пространство как поле социального взаимодействия горожан, а также с точки зрения обеспечения сетевыми активистами информационной основы для принятия конкретных решений по изменению той или иной проблемной ситуации в городе со стороны властей. Иными словами, актуализируем вопрос – является ли рассматриваемое сообщество эффективной интерактивной средой или всего лишь представляет собой пространство для одностороннего изложения тревожащих или, наоборот, вдохновляющих фактов о жизни города?

Е.Г. Смолина

РЕГУЛЯЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КАК УСЛОВИЕ ФОРМИРОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

СМОЛИНА Елена Григорьевна – ассистент кафедры менеджмента Волгоградского филиала РАНХиГС. E-mail: Salvator-lux@yandex.ru.

Изучая общественное мнение, Грушин Б. А. в своей книге «Мнения о мире и мир мнений» приходит к парадоксальному заключению: «Общественное мнение всегда, во всех случаях, так или иначе, отражает действительность. Невозможно говорить об определении общественного мнения вообще, о некоем его абстрактном определении, которое было бы одинаково верным применительно ко всем эпохам и обществам и ко всем случаям»¹¹. В дальнейшем стали распространяться и другие определения. Р.А. Сафаров, соглашаясь с Б.А. Грушиным в том, что общественное мнение представляет собой явление массового характера, находящееся в сфере общественного сознания, вместе с тем, считал, что оно должно быть активным. Активность субъектов общественного мнения в представлении Р.А. Сафарова свидетельствует о том, что это действительно «общественное», а никакое иное мнение¹². Поэтому оно выражается не только в суждениях, но и в практических действиях. Отсюда – общественное мнение есть отличающееся относительной распространенностью, интенсивностью и стабильностью оценочное суждение социальных общностей к вопросам, представляющим для них интерес.

В связи с последним аспектом встает вопрос об интересе и активности самого общества. Низкий уровень участия граждан и бизнеса в публичных обсуждениях, отсутствие публичного нормотворческого планирования и неинформативность уведомлений о наличии подобной практики в настоящий момент признаются как возможные препятствия в формировании гражданского общества. Постиндустриальные тенденции развития диктуют новые правила взаимоотношений общества и власти. С развитием Интернет-коммуникаций открывается новое пространство возможностей проявления гражданской активности и выражения общественного мнения. К такой области относятся социальные сети, которые в современном мире представляют собой не просто средство общения, а

¹¹ Грушин Б. А. Мнение о мире и мир мнений: Проблемы методологии и исследования общественного мнения. – М.: Политиздат, 1967.

¹² Сафаров Р. Я. Общественное мнение в системе советской демократии. – М.: Знание, 1982.

средство выражения активной позиции, формирования результативного общественного мнения. Практика изучения активности в социальных сетях приводит к вопросу о возможности их регуляции.

По мнению М. Кастельса¹³, Интернет является технологией, воздействующей на общество и испытывающей воздействие общества, что, впрочем, можно сказать о многих технологиях. Однако особенность Интернета заключается в том, что им пользуются, причем пользуются с позиции субъектов одновременно десятки и сотни миллионов человек. Поэтому логично говорить об Интернет-пространстве как проекции социального пространства в понимании П. Бурдьё,¹⁴ как проекцию структуры политических, экономических, культурных и иных взаимоотношений.

В связи с быстрым распространением информационно-коммуникационных технологий высказываются различные мнения о возможности трансформации социальных взаимодействий. Один лагерь исследователей полагает, что мир стоит на пороге возникновения качественно нового общества. Другой, – что новые тенденции подчиняются давно установившимся принципам и практикам.¹⁵ Однако и те, и другие признают, что в современном мире информационные процессы играют ключевую роль.

Так или иначе, большинство авторов отмечают преобразовательную роль Интернета: сеть, проецируя на себя социальные взаимодействия, трансформирует их и возвращает в общество результат этой трансформации. При этом речь может идти как о трансформации, обусловленной особенностями взаимодействия пользователей, так и о целенаправленном воздействии тех или иных субъектов.

В связи с подобной спецификой виртуальных взаимодействий встает вопрос о возможности их регулирования. Под регулятивным потенциалом подразумевается возможность определения направления развития социальных сетей, а также изменение этого направления по заданному вектору. Социальное регулирование может осуществляться различными социальными институтами – в равной степени, как семьей, так и государством.

Итак, поведение личности включается в широкую систему социальной регуляции. Субъектами регуляции социального поведения индивида в широком смысле слова выступают общество, малые группы и сама личность. Представляется, что границами для произвольного толкования действительности выступает сама эта действительность, устанавливающая для субъекта определенные возможности и барьеры. Инструментом регулирования в этой сфере выступает социальная субъектность. Под социальной субъектностью представляется способность общества, социальных групп, человека выступать в качестве активного начала (деятеля, творца) социальной реальности.

Применительно к социальным сетям в Интернете субъектностью обладает каждый взаимодействующий. Субъектность пользователя сети возматала параллельно развитию Интернета. Постепенная электронная эволюция от поколения Web 1.0 к Web 2.0, а также будущее становление формы Web 3.0 обозначило переход от категории иерархических структур к более мобильным и «размытым» в плане того, что, например, проекты поколения Web 2.0 постепенно стирают разграничение между потребителями информации и ее авторами. Статусность в Интернете и определенность позиций постепенно уходят в прошлое.

При этом регулирование не ограничивает свободу передачи данных через виртуальный канал. В этом вопросе Интернет находится вне конкуренции. «Традиционные средства коммуникации зависимы от пропускной способности «критических узлов». Это дает, например, государству возможность контролировать поток информации и вмешиваться в него. В противоположность этому сетевая архитектура Интернета была спроектирована таким образом, чтобы исключить зависимость от критических узлов и централизованного контроля, обеспечить функционирование информационного обмена даже в ситуации целенаправленных внешних атак и искусственных помех. Благодаря

¹³ Кастельс, М. Галактика Интернет / М. Кастельс. – Екатеринбург У-Фактория (при участии издательства Гуманитарного университета), 2004.-С. 231.

¹⁴ Бурдьё П. Социология политики / П. Бурдьё. -М.: Socio-Logos, 1993.- С. 78.

¹⁵Уэбстер Ф. Теории информационного общества. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – С. 12.

технологии маршрутизации и переадресации пакетов данных Интернет интерпретирует цензуру в том или ином узле как помеху и просто обходит данный узел».¹⁶

Таким образом, Интернет функционирует на двух уровнях: уровне сетей (телекоммуникационно-инфраструктурном) и уровне Веба (сервисно-информационном). Его анализ возможен на обоих уровнях (соответственно, с применением различных методов).

Социальные сети сегодня становятся основным инструментом создания горизонтальных общественных сетей. Новейшие горизонтальные связи – «виртуальные» социальные сети – это Интернет сообщества, – намного свободнее от вертикали власти, но менее влиятельны политически и скромнее в масштабах экономически. Интернет сообщества в России растут быстрыми темпами и скоро смогут выступать мощным инструментом в политике (политический пиар, избирательные политтехнологии).

Следовательно, социальные сети в настоящий момент становятся площадкой для проявления субъектности. Под субъектностью понимается позиция созидания, активность человека как деятеля, творца. Это значит, что сам процесс жизнедеятельности предполагает постановку вопросов к самому себе, к собственному сознанию и желание разрешать возникающие противоречия, преобразовывая, тем самым, себя, свою ситуацию развития.

Что касается России, то Правительство РФ заинтересовалось влиянием политических новостей на молодежную аудиторию СМИ и на подписчиков социальных сетей. В 2012 г. Кабинет министров РФ собирается заказать научные исследования на эту тему, указано в годовом плане-графике закупок для государственных нужд, опубликованном на сайте Управделами президента. Всего в перечне заказов 32 научно-исследовательские работы, за которые чиновники готовы заплатить от 900 тыс. до 5 млн руб.

В частности, власти хотят заказать «Анализ влияния политических новостей на молодежную радиоаудиорию» (1,8 млн руб), «Анализ потребности в новостной политической и экономической информации подписчиков социальных сетей Facebook и Twitter» (1,5 млн руб.) и «Зарубежный опыт организации аналитической работы в области СМИ в органах государственной власти» (1,8 млн руб.). Еще 1,4 млн руб. чиновники готовы заплатить за сравнение российского и зарубежного опыта механизмов формирования культуры межнационального общения среди молодежи и 1,5 млн руб. – за сравнение зарубежного и российского опыта в создании механизмов предупреждения этнических конфликтов¹⁷.

Пять миллионов рублей будут выделены на анализ системы общего образования, чуть меньше – 4,8 млн руб. – на разработку информационной системы взаимодействия с образовательными и научными учреждениями, подведомственными правительству. Остальные заказываемые исследования касаются экономических, юридических и демографических тем¹⁸.

Таким образом, регуляция виртуальных сетей возможна только в случае внимания к ним, исследования их контента. Сделать это представляется возможным с учетом одновременного внимания и участия, как со стороны государственных властей, так и со стороны непосредственно самого молодого человека и его близкого окружения.

¹⁶ Политические коммуникации / Под ред. А. И. Соловьева. – М.: Аспект Пресс, 2004. – С. 293.

¹⁷ Кабмин РФ закажет исследование влияния новостей на аудиторию соцсетей [Электронный ресурс] .- URL.:<http://ria.ru/society/20120119/543401667.html> (дата размещения – 19.01.2012).

¹⁸ Там же.

В.В. Титов

СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНО-ГРАЖДАНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ

ТИТОВ Виктор Валериевич – кандидат политических наук, доцент Московского государственного гуманитарного университета имени М.А. Шолохова. E-mail: titov-msu@mail.ru

Важнейшей социокультурной тенденцией, характеризующей политическое развитие российского общества сегодня, является продолжающийся процесс формирования новой «российской идентичности» молодого поколения. Как известно, проблема национально-гражданской идентичности является крайне популярной и востребованной как в научном плане, так и с точки зрения оптимизации практик государственного управления в современной России.

Национально-гражданская идентичность в современном «глобальном мире» (и в российских условиях в частности) – не статическое состояние, отражением которого является некий формально предписанный статус, а сложносоставной динамический конструкт, возникающий «на пересечении» социокультурных, управленческих, информационных и социально-экономических реалий современной России.

Особую актуальность проблема национально-гражданской идентичности приобретает, когда речь идет о российской молодежи: новых «политических поколениях», социализация которых де факто протекала в условиях острого и всеобъемлющего «кризиса идентичности», который был характерен для России на рубеже тысячелетий и не преодолен в полной мере и сегодня, в начале второго десятилетия XXI в.

Представляется, что в ближайшей и среднесрочной перспективе одним из важнейших социокультурных пространств, в которых будут протекать процессы кристаллизации идентичности молодых россиян, станет Рунет. Более того, ряд новейших исследований (Е.В. Бродовская, А.Ю. Бубнов и др.) позволяют говорить о том, что «виртуальная реальность» уже сегодня может рассматриваться как «естественная среда», в которой происходит первичная и вторичная социализация российской молодежи «всех возрастов»: от 14–15- до 30–35-летних [1].

Виртуальность стала не просто неким социокультурным свойством в жизни молодых россиян, призванным заменить неудобную (некомфортную по своим социально-экономическим, ценностным, психологическим параметрам) реальность со всеми ее негативными социальными «издержками», а важнейшим долгосрочным фактором, определяющим макросоциальную динамику российского общества, включая процессы конструирования разнообразных политических идентичностей.

Сегодня пространство Рунета – это не просто «фабрика смыслов» (или «грез», социетальных симулякров, кому как нравится!), не только lifestyle-online, но и многоуровневый «рынок» социокультурных идентичностей, на котором молодой россиянин при желании может почувствовать себя во всем многообразии идентификационных ролей – от «помора» и «язычника» до «сетевого хомячка» и «либерального анархиста». В этих условиях Рунет, его коммуникативные возможности, приобретает стратегическое значение в инструментальном ракурсе формирования российской гражданской идентичности молодых юзеров.

Однако процесс продвижения российской идентичности в Рунете крайне затруднен ввиду нескольких факторов. Обозначим главные из них.

Во-первых, очевидно, что «гражданская социализация онлайн» возможно исключительно в условиях существования внятного «контента» российской идентичности (смыслы, символы, ценности), коллективного образа «себя» в историческом пространстве «прошлое – настоящее – будущее». Сегодня, в условиях фактического отсутствия такого позитивного «контента» – образов и традиций, призванных служить социокультурными основаниями и психологическими «скрепами» российской государственности – возникает проблема очевидного смыслового вакуума. Государство не только «не умеет работать» в Интернете (или еще не приспособилось к его реалиям), а не знает, какой именно «товар» оно могло бы предложить на виртуальном «рынке идентичностей».

Во-вторых, существенным фактором, ограничивающим инструментальные возможности Рунета по формированию российской гражданской идентичности, является гипердинамичность виртуальной среды, и, как следствие, преобладание в ней «текучих», ситуативных идентичностей.

Исследования ведущих представителей политологической школы МГГУ имени М.А. Шолохова (В.Д. Нечаев, Е.В. Бродовская, А.Ю. Бубнов и др.), посвященных особенностям российской рунет-культуры, убедительно показывают, что подавляющее большинство политических конструктов, присутствующих в российском сегменте глобальной Сети, носят аморфный и событийно-ориентированный характер [2]. Политические предпочтения и самоидентификации молодых «юзеров» изначально не опираются на прочные ценностные основания, а ориентированы на «повестку дня», психоэмоциональную изменчивость социально-информационного ландшафта, который, с одной стороны, является «средой обитания» значительной части российской молодежи, а с другой – характеризуется неустойчивостью и эластичностью идентификационных и смысловых паттернов политического сознания российской молодежи.

И, наконец, третья тенденция, существенно влияющая на возможности использования Интернета в качестве инструмента формирования гражданского сознания молодых россиян, связана с фрагментарностью как имманентной культурно-психологической характеристикой современного Рунета. Многочисленные локальные сообщества, возникающие в пространстве глобальной Сети, порождают настолько же автономизированные и, как правило, нестабильные «сетевые пространства повседневности» и связанные с ними идентичности [3]. С другой стороны, Интернет – конгломерат массовых «воображаемых сообществ», в основе которых лежит не традиционная ценностная интеграция (осуществляемая через «печатный язык», о важности которого писал Б. Андерсон), а исключительно через общность символа и связанного с ним контента. В этих условиях «виртуальной локализации» уровень гражданской идентичности, нуждающийся в ценностном подкреплении, оказывается размытым под двойным ударом малых локально-бытовых и больших символических виртуальных идентичностей.

Как представляется, упомянутые выше тенденции, хотя и не в полной мере описывают проблемы формирования гражданской идентичности российской молодежи в Рунете, тем не менее, обозначают наиболее важные болевые точки процессов становления национально-гражданского сознания молодых россиян в начале десятых годов XXI в.

Литература

- 1 Бродовская Е.В. Протестная активность москвичей. Опыт эмпирического исследования (2011 г.) / Материалы 6 Всероссийского конгресса политологов «Россия в глобальном мире: институты и стратегии политического взаимодействия». М., 2012
- 2 Молодежь Москвы: ценностные приоритеты, стратегии поведения и перспективы развития / под ред. Нечаева В.Д., М., 2012
- 3 Молодежь Москвы: ценностные приоритеты, стратегии поведения и перспективы развития / под ред. Нечаева В.Д., М., 2012

С.Г. Ушкин

ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТАРГЕТИНГОВОГО МЕТОДА ПРИ АНАЛИЗЕ ВИРТУАЛЬНЫХ СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ¹⁹

УШКИН Сергей Геннадьевич – научный сотрудник отдела социально-экономических процессов Государственного казенного учреждения Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга», аспирант Национального исследовательского Мордовского государственного университета имени Н.П. Огарева. E-mail: ushkinsergey@gmail.com.

Вряд ли кто-либо будет отрицать тот факт, что сегодня использование виртуальных социальных сетей стало повседневной практикой, они стали «обычной и необходимой частью жизни среднестатистического жителя мегаполиса» [1, с. 47]. При этом постепенно происходит нивелирование отличий между онлайн-овой и офлайн-овой коммуникацией, что позволяет качественно новым исследовательским технологиям и практикам предложить альтернативу традиционным способам изучения общественного мнения. Виртуальное пространство социальных сетей уже сейчас представляет собой плодотворную площадку для анализа и объяснения повседневной жизни. Пристальному изучению подвергаются электоральные предпочтения, религиозность, миграция, идентичность и т.д.

Тем не менее, если на западе онлайн-овые методы исследования уже давно стали повседневной практикой и активно используются в политологии, социологии и маркетинге, то в нашей стране они применяются пока не так активно. Во многом это обусловлено тем фактором, что для отечественной литературы «очевиден дефицит методологических работ, в которых бы на конкретных примерах рассматривалась специфика онлайн-опросов, анализировались их преимущества и недостатки, демонстрировались те особые возможности, которые новые методы сбора данных предоставляют социальным исследователям» [2, с. 137].

Цель настоящей работы заключается в том, чтобы предложить исследовательскому сообществу метод изучения виртуальных сообществ, базирующийся на таргетинговом анализе. Что же такое таргетинг? Таргетинг (от англ. target – цель) – это механизм, который позволяет выделить из имеющейся аудитории ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям исследователя (целевую аудиторию); он давно применяется в маркетинге для поиска потенциальных потребителей товара и, по нашему мнению, его целесообразно использовать при проведении социологических исследований. Как правило, механизмы таргетингового поиска явно или латентно функционируют на базе большинства социальных сетей и активно используются рекламодателями.

Параметрами таргетингового анализа могут выступать социально-демографические характеристики и ценностные ориентации пользователей сетевых сообществ. Распределение пользователей по группам осуществляется посредством поискового интерфейса социальных сетей. Для получения необходимой нам информации, мы должны последовательно ввести анализируемые значения (например, пол – женский; возраст – от 18 до 24 лет и т.д.). Дальнейшую обработку результатом исследования мы можем выполнять в различных программах для обработки информации (Microsoft Office Excel, SPSS, Statistica и т.д.).

Нами было проведено несколько исследований посредством таргетингового метода, которые, по нашему мнению, уже сейчас позволяют выявить его преимущества и недостатки²⁰. Основными его преимуществами являются:

¹⁹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проекта проведения научных исследований («Протестный потенциал российского сетевого сообщества (на примере социальной сети «ВКонтакте»)), проект № 14-33-01213 а2.

²⁰ См. Ушкин С.Г. Новая виртуальная оппозиция: кто она? // Социологические исследования. 2012. №9. С. 86–90; Ушкин С.Г. Новая виртуальная оппозиция: год спустя // Третья международная научно-практическая

- 1 Нацеленность. В ходе исследования нами были изучены различные сетевые общественно-политические сообщества. Для решения различных исследовательских задач мы можем отбирать группы по интересам и анализировать представленную в них информацию. Таргетинговый метод позволяет достаточно точно описать генеральную совокупность и проанализировать взаимосвязь между общественно-политической активностью пользователей в виртуальном пространстве и их социально-демографическими и ценностными характеристиками.
- 2 Быстрота. Проведение исследований обычно не занимает более двух-трех дней. Под этим мы подразумеваем сбор первичной информации, составление таблиц и предварительный анализ результатов.
- 3 Дешевизна. Таргетинг является недорогим исследовательским инструментом. В ходе исследования мы не потратили иных ресурсов, помимо своего времени. Существуют и более сложные инструменты таргетингового поиска в социальных сетях, которые позволяют получить расширенную информацию, однако такие решения стоят денег.
- 4 Нереактивность. В западной и отечественной социологии достаточно четко проведена демаркация между реактивными и нереактивными методами онлайн исследований, под первыми понимая опрос, эксперимент и т.д., под вторыми – информацию о пользователях, которая ими же о себе и оставляется. Результатом такого подхода выступает то, что исследователь не «вытягивает» ответы на вопросы у респондентов; они сами предоставляют нужные данные, которые в целом как минимум не проигрывают в правдоподобности результатам офлайн исследований.
- 5 Широта охвата. С большой долей вероятности мы можем говорить, что участники различных рассматриваемых групп рассредоточены по всей России: об этом косвенно свидетельствует как статистика посещаемости ресурса «ВКонтакте», так и результаты наших предыдущих исследований. Поэтому можно говорить о том, что рассмотрение сетевых сообществ позволяет преодолеть любые географические расстояния, не затрачивая дополнительных средств на их преодоление.
- 6 Количественный состав. Посредством метода мы можем отбирать наиболее крупные сетевые сообщества, посвященные тем или иным вопросам (от 40 тыс. чел и более). Согласно закону больших чисел использование таких массивов данных позволяет существенно снизить погрешность и рассматривать даже относительно небольшие подгруппы внутри сетевых сообществ при проведении таргетингового анализа.
- 7 Воспроизводимость. Результаты исследований легко воспроизводятся и проверяются, что существенно повышает уровень доверия к ним. Производной от воспроизводимости является тиражируемость, поскольку механизм проведения исследования достаточно прозрачен и применим для изучения ряда социальных проблем.

К ограничениям таргетингового метода стоит отнести.

- 1 Представительность. Таргетинговый анализ ограничен только теми людьми, которые вступили в сетевое сообщество в социальной сети. Однако пользователи специализированных групп не могут репрезентовать всех представителей носителей определенных ценностей. Поэтому представители различных категорий людей могут быть выключенными из исследования.

- 2 Неискренность. Пользователи социальных сетей могут заведомо недостоверно заполнять свои профили, предоставляя другим ложную информацию о себе. Как показывают результаты инициативного исследования ВЦИОМ (2011, n=1600, статистическая погрешность не превышает 3,4%), в социальных сетях пользователи готовы сообщать о себе такие сведения как возраст (87%) и пол (84%). Помимо этого, респонденты допускали возможность рассказать о своем образовании (71%), семейном положении (64%) и хобби (62%). При этом сообщать неправду о себе в социальных сетях хотя бы однажды приходилось каждому второму респонденту (51%). Чаще всего такая информация касается имени и возраста (по 29%)²¹. Таким образом, исследователь получает только те данные о пользователе, которые последний о себе раскрывает; при этом у пользователя существует возможность «формировать виртуальную личность без привязки к офлайновой идентичности» [3, с. 100].
- 3 Фейковые аккаунты. В настоящее время пользователи социальных сетей фактически не проходят процедуры верификации, поскольку для регистрации на сетевом ресурсе необходимы только адрес электронной почты и номер телефона. Фейк (от англ. fake.) – подделка, пользователь социальных сетей, выдающий себя за других людей. Фейки могут быть ботами для технического назначения (например, для рассылки спама, рекламы и т.д.) или управляться реальными людьми.
- 4 Технические ограничения социальных сетей. Не все социальные сети позволяют свободно провести таргетинговый поиск среди пользователей сетевых сообществ. Поэтому исследователь здесь может столкнуться с определенными трудностями. Выходом из подобной ситуации может выступить обращение к платным сервисам для анализа целевой аудитории или использование специализированного программного обеспечения для работы с данными социальных сетей.
- 5 Низкий уровень инструментария исследования. Как мы уже говорили, посредством таргетингового поиска мы можем получить количественную информацию о социально-демографическом составе рассматриваемого сообщества и ценностных ориентациях его пользователей. Если блок с социально-демографическим составом не вызывает существенных нареканий, то блок ценностных вопросов и вариантов ответов на них сформирован некорректно с позиций измерения в социологии. Единственный способ внести в эту проблему какую-нибудь ясность – привлечь социологическое сообщество к работе над анкетой участника социальной сети.

Литература

- 1 Бронников И.А. Будущее политических Интернет-технологий: два сценария развития // Власть. 2014. №1. С. 46–49.
- 2 Стребков Д.О. Познавательные возможности онлайн-опросов в российской исследовательской практике (на примере опроса Интернет-фрилансеров) // Социология: 4М. 2010. №31. С. 135–161.
- 3 Лебедев П.А. Метод онлайн-фокус-групп как исследовательский инструмент // Социология: 4М. 2010. № 31. С. 92-114.

²¹ URL: <http://wciom.ru/index.php?id=268&uid=111364>.

Ш.Ф. Фарахутдинов

**АНАЛИЗ КОММЕНТАРИЕВ К НОВОСТЯМ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ
КАК МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ²²**

ФАРАХУТДИНОВ Шамиль Фаритович – кандидат социологических наук, заведующий лабораторией изучения общественного мнения Тюменского государственного нефтегазового университета. E-mail: fshamil@mail.ru

Постепенное смещение центра тяжести социологических исследований в виртуальное пространство в настоящее время уже ни у кого не вызывает сомнений. Во всем мире разрабатываются и внедряются в исследовательскую практику новые методы изучения общественного мнения в Сети, изучаются особенности коммуникативного взаимодействия исследователя и респондента в Интернете [5, с. 334]. Инициаторами развития Интернет-исследований в России явились международные маркетинговые агентства, пытавшиеся включить нашу страну в свои проекты, уже традиционно осуществлявшиеся во многих странах мира. Благодаря заказам таких компаний получили развитие российские компании и филиалы международных маркетинговых агентств, создававшие панели респондентов и совершенствовавшие инструментальный и методический Интернет-исследований [3]. В настоящее время российские исследователи не только успешно перенимают опыт западных исследователей, но и разрабатывают собственные методики Интернет-исследований. Здесь нельзя не отметить большой публичный проект «Пuls блогосферы», разработанный Яндексом, который, к сожалению, по ряду причин в настоящее время приостановил свою деятельность.

В социологическом сообществе Интернет-исследования, как правило, ассоциируются с онлайн-опросами, однако, на наш взгляд, это – лишь небольшая часть того потенциала, который способна предоставить социологам глобальная сеть в изучении общественного мнения. Огромный объем высказываний по самым различным вопросам содержится в комментариях к новостям социально-политического характера.

Информационно-аналитической системой «Медиадиалогия» по состоянию на 16 декабря 2013 г., осуществлялся мониторинг 2255 федеральных и 5158 региональных СМИ [1]. К сожалению, у нас отсутствуют данные о том, какой процент этих СМИ оставляет пользователям возможность комментирования, однако логично предположить, что большая их часть такую возможность имеет, поскольку практически для всех СМИ это чрезвычайно важный и удобный инструмент взаимодействия с целевой аудиторией.

Между тем, возможность комментирования социально-политической информации в рунете не всегда находит понимание со стороны властей. Так, 20 июля 2011 г. на заседании комиссии в общественной палате глава комиссии по коммуникациям, информационной политике и свободе слова в СМИ Павел Гусев рекомендовал Интернет-изданиям отказаться от возможности оставлять комментарии к их материалам. Это было связано с внесением изменений в законодательство, устанавливающих пределы ответственности редакций сетевых СМИ за комментарии читателей. В итоге, возможность комментирования не была полностью удалена, но комментарии стали подвергаться цензуре модераторов сайтов.

Осознавая актуальность поиска путей системного анализа комментариев к новостям социально-политического характера в сети Интернет, нами была осуществлена попытка разработки метода, направленного на реализацию этой цели, и его апробация на конкретном исследовании, а также первичная проверка надежности. За основу нами был взят метод контент-анализа. Являясь

²² Автор выражает благодарность А.Е. Кукуевой, принявшей непосредственное участие в работе над методом в рамках своей дипломной работы.

классическим методом социологического исследования, контент-анализ всесторонне изучен с позиции истории, классификации, эвристических возможностей. Будучи ценным источником информации, контент-анализ применяется во многих отраслях гуманитарного знания. Несмотря на то, что этот метод является достаточно жестким, поскольку он требует строгого соблюдения исследовательских процедур, тщательной математической обработки полученных данных, контент-анализ дает широкие возможности для своей трансформации, а также поиска новых сфер применения. Одной из таких сфер, на наш взгляд может быть комментирование новостей в Интернете.

В начале 2011 г. мы провели пилотажное исследование методом анализа комментариев, в основу которого были положены такие общеметодологические принципы как системность и объективность. Была выбрана одна из наиболее актуальных на тот момент времени тема: реформа среднего образования. Согласно проекту образовательного стандарта начала 2011 г., помимо обязательных для всех предметов, старшеклассники и их родители могли самостоятельно выбрать дисциплины, которые они хотели бы изучать, а общее число школьных предметов должно было сократиться практически вдвое. Объектом исследования выступила статья Ирины Ивойловой «Уроки отменяются», опубликованная в онлайн версии Российской газеты [2]. Когда статья потеряла свою актуальность и большая часть комментариев была уже оставлена, а новые практически не появлялись, нами была осуществлена процедура обработки первичных данных. Она заключалась во внимательном прочтении всех комментариев и «выбраковке» тех, которые не относились к рассматриваемому вопросу. В итоге осталось 138 комментариев, с которыми велась дальнейшая работа. Анализ всего спектра мнений, представленных в комментариях позволил нам выделить несколько оснований для систематизации, каждое из которых имело свою шкалу. В последствии классы были закодированы в SPSS в качестве переменных. Приведем их:

- отношение к новой реформе среднего образования («позитивное», «позитивное, но необходимы коррективы», «нейтральное», «негативное»);
- оценка последствия новой реформы среднего образования («формирование общества потребителей», «рост числа специалистов», «рост числа людей с узким кругозором», «образование станет платным»);
- сравнение с системой среднего образования в СССР («лучше, чем сейчас», «было хуже, чем сейчас»);
- отношение к реформе ЕГЭ («положительное», «нейтральное», «негативное»);
- согласие с необходимостью всех предметов в школьной программе – («согласен»/«не согласен»);
- согласие с нехваткой педагогических кадров в школах – («согласен»/«не согласен»);
- согласие со списком обязательных предметов: математика, русский язык, литература, ОБЖ, физкультура, Россия в мире, история, английский язык, география, физика, химия («согласен»/«не согласен»).

После классификации первичных данных и их ввода в SPSS мы осуществили математическую обработку данных. Анализу подверглись линейные распределения и таблицы сопряженности. Для получения полного представления об изучаемой проблеме этих методов зачастую бывает достаточно [5]. Математические данные были дополнены качественным материалом, представляющим собой наиболее яркие высказывания комментаторов. Приведем основные результаты нашего исследования:

- 1 Более 2/3 Интернет-пользователей (80,3%) против новой реформы образования и лишь каждый пятый одобряет ее (19,7%).
- 2 Основными последствиями новой реформы образования Интернет-пользователи видят: рост количества людей с узким кругозором (78,6%), переход к платному образованию (14,3%) и формирования «общества потребителей» (5,4%).

- 3 Большая часть Интернет-пользователей, отметившая свое мнение насчет качества образования в СССР и современной России, указала на то, что в СССР образование было лучше (95,2%).
- 4 В противовес основному положению новой реформы об установлении трех обязательных предметов, 73,3% Интернет-пользователей заявили, что все предметы школьной программы необходимы.
- 5 Интернет-пользователи, негативно настроенные к реформе ЕГЭ, склонны также воспринимать новую реформу образования – 84,6%.
- 6 В целом, позитивно оценивают новую реформу образования 27,8% молодых людей и 40% ответивших предпенсионного и пенсионного возраста.

Для понимания того, насколько полученные нами данные являются адекватными, мы провели первичную проверку надежности методом вторичного анализа данных. Для этого мы использовали результаты исследования проведенного ВЦИОМом, посвященного изучению мнения россиян о проекте нового образовательного стандарта и о том, какие предметы школьной программы, должны, по мнению россиян, изучаться всеми школьниками без исключения. Исследование осуществлялось методом анкетного опроса 19-20 февраля 2011 г., всего было опрошено 1600 человек в 138 населенных пунктах в 46 областях, краях и республиках России. Статистическая погрешность в исследовании не превышала 3,4%.

По данным опроса ВЦИОМ, каждый пятый россиянин позитивно воспринимал идею внедрения проекта нового образовательного стандарта (22%). Причем среди респондентов с несовершеннолетними детьми, уровень одобрения еще выше (24%). Большая часть опрошенных традиционно настороженно принимает новые инициативы: 51% пока склонны негативно относиться к такому шагу. «За» переход к новой системе обучения старшеклассников, в первую очередь, молодые россияне (28–29%), обеспеченные респонденты (28%), активные пользователи сети Интернет (26%), москвичи и петербуржцы (26%). Позицию «против» занимают, в основном, 25-44-летние россияне (57%) и жители средних городов (61%). Размышляя над тем, какие предметы школьной программы необходимо оставить обязательными для всех старшеклассников без исключения (т.е. на них право выбора распространяться не будет), наши сограждане чаще всего делали выбор в пользу алгебры, русского языка (по 70%), литературы (43%) и истории (42%). Реже в этой связи упоминались такие предметы, как иностранный язык (28%), география и информатика (по 12%), геометрия и физика (по 11%). Наконец, реже всего в контексте обязательных дисциплин «без права выбора» респонденты называли физкультуру, биологию (по 6%), химию, экономику (по 5%), обществознание (3%) и др. [4].

Сравнивая результаты двух исследований, четко обозначился ряд сопоставимых данных. Так, по результатам массового опроса, 22% респондентов поддерживают реформу. Аналогичные результаты имеют место и в исследовании методом «Анализа комментариев» – 19,7%. Причем, как указывает ВЦИОМ: «За» переход к новой системе обучения старшеклассников, в первую очередь, молодые россияне (28–29%)». В исследовании методом «Анализа комментариев» эта цифра равна 27,8%. Что же касается негативных оценок нововведений в системе среднего образования, то здесь мнение Интернет-пользователей (83%) и граждан, участвующих в опросе (51%) отличаются. Это связано с возможностью у участников массового опроса выбора варианта «затрудняюсь ответить» (рис. 1).

Метод опроса (результаты ВЦИОМ)

Метод «Анализа комментариев»

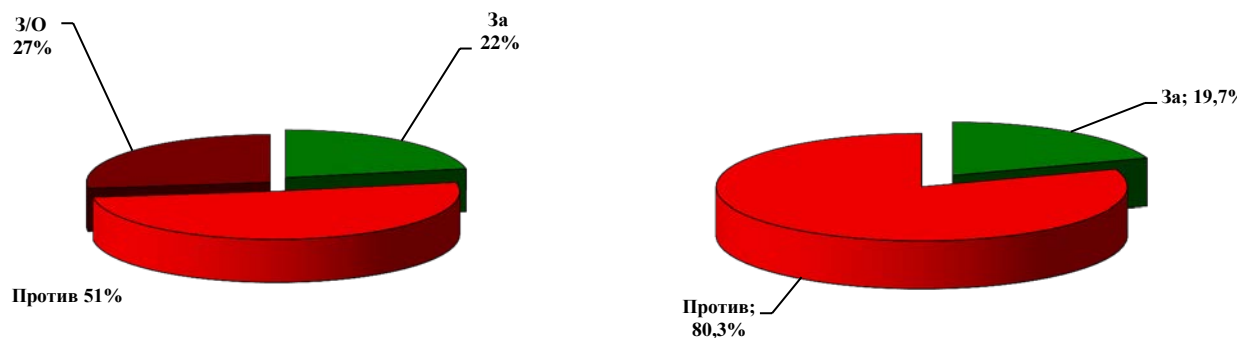


Рисунок 1 – Распределение мнений относительно поддержки реформы образования

Отвечая на вопрос, какие предметы школьной программы необходимо оставить обязательными для всех старшеклассников без исключения (т.е. на них право выбора распространяться не будет), по данным ВЦИОМа, наши сограждане чаще всего делают выбор в пользу алгебры, русского языка (по 70%), литературы (43%) и истории (42%). Качественный контент-анализ мнений, высказанных в комментариях к статье о реформе, показал, что большинство Интернет-пользователей, выбирая обязательные предметы для всех, склоняются в пользу алгебры, русского языка и истории (табл. 1.).

Таблица 1 Сравнительная таблица выбора обязательных предметов обучения респондентами

Критерий/Метод исследования	Метод опроса (Результаты ВЦИОМ)	Метод «Анализа комментариев»
Предметы школьной программы, которые должны изучаться всеми	Алгебра, русский язык, литература, история	Алгебра, русский язык, история

Подводя итоги результатов исследований проведенных двумя различными методами по одной тематике, можно констатировать, что ряд данных являются идентичными, что дает основания говорить о необходимости более пристального рассмотрения возможности использования метода «анализа комментариев» в социологической практике.

Ниже приведем основные направления методологического характера, которые необходимо учитывать при дальнейшей работе с методом «анализа комментариев»:

- определение состава генеральной и объема выборочной совокупностей;
- способы фильтрации «троллинговых» сообщений, а также возможность использования «троллинга» исследователем для модерации хода обсуждения в комментариях;
- возможность использования более сложных видов анализа при работе с количественными данными (факторный, кластерный и т.п.);
- выявление соотношения использования данных количественного и качественного характера при формулировке выводов по результатам анализа;
- возможность построения «карты дискуссии» в рамках анализа всего массива первичных данных и др.

В заключение отметим, что «Анализ комментариев», на наш взгляд, может выступать как самостоятельный метод, в то же время он может прекрасно дополнять исследования, проведенные другими методами. Это достаточно сложный, трудоемкий метод, требующий высокого профессионализма исследователя, объективной оценки материала. В то же время он не требует

больших материальных затрат, здесь отсутствует «эффект интервьюера», что делает его привлекательным для дальнейшего изучения, совершенствования и использования.

Литература

- 1 Информационно-аналитическая система «Медиалогия». Официальный сайт: <http://www.mlg.ru>.
- 2 Ивойлова И. Уроки отменяются [Электронный ресурс] // Российская газета. – №5378 (2). – 2011. – Режим доступа: <http://www.rg.ru/2011/01/12/shkola.html>.
- 3 Девятко И. Ф. Онлайн исследования и методология социальных наук: новые горизонты, новые (и не столь новые) трудности [Электронный ресурс] / Гос. Ун-т. Ин-т соц. РАН. – Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru/lib-research/methods/online.htm>.
- 4 Новый образовательный стандарт: какие предметы школьной программы должны быть обязательными? [Электронный ресурс] / Статья-отчет ВЦИОМ – Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=111414>.
- 5 Фарахутдинов Ш. Ф., Бушуев А. С. Обработка и анализ данных социологических исследований в пакете SPSS 17.0.: курс лекций. – Тюмень: ТюмГНГУ, 2011. – 220 с.
- 6 Daniel A. Menchik and Xiaoli Tian. Putting Social Context into Text: The Semiotics of Email Interaction //The American Journal of Sociology, 2008, № 114 (2). P. 332–370.

П.М. Федоров

РОЛЬ ИНТЕРНЕТ-СМИ В ФОРМИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ УСТАНОВОК РОССИЯН В ОТНОШЕНИИ МИГРАНТОВ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ КОНТЕНТ-АНАЛИЗА РЕГИОНАЛЬНЫХ НОВОСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-САЙТОВ)

ФЕДОРОВ Петр Михайлович – кандидат социологических наук, доцент кафедры социальных коммуникаций ПИУ им. П.А. Столыпина – филиала РАНХиГС. E-mail: 263816@mail.ru

Актуальность темы нашего исследования обусловлена проблемой формирования интеграционного потенциала современного российского общества и ростом аудитории Интернет-СМИ. Цель исследования – изучение направленности, интенсивности и форм воздействия региональных Интернет-СМИ на общественное мнение по вопросам миграции. За основу взята методика контент-анализа СМИ Института социологии РАН [Семенова, Корсунская, 2010], дополненная переменными, характеризующими количество и характер комментариев к сообщениям, число посещений сайта, ссылки на источник упоминаемых высказываний. Вовлеченность пользователей в интерпретацию медиаконтента выступает индикатором эффективности информационного воздействия. Проанализировано 1421 сообщение на 106 региональных информационных Интернет-сайтах 20 регионов России за период с 01.05.2012 по 01.05.2013.

Представляю вашему вниманию краткий обзор результатов исследования:

В большинстве анализируемых сообщений (81%) категория «мигрант» отражена лексически (категория подразумевается содержательно в 19% сообщений). При этом чаще всего (в 74% случаев) эта категория выступает на первом плане по отношению к теме материала.

Взаимное распределение анализируемых сообщений по двум переменным: «Наличие и характер комментариев» и «вид присутствия категории в тексте» свидетельствует о значимом влиянии присутствия категории «мигрант» в тексте на активность восприятия сообщения Интернет-аудиторией.

Непосредственно негативная информация по категории «мигрант» присутствует в 36,6% анализируемых сообщений, при этом непосредственно положительная информация содержится только в 12,7% сообщений. Такое соотношение позитивной и негативной информации в сообщениях в целом отражает социальные установки населения в отношении мигрантов. Так, например, по данным общероссийского опроса ФОМ (Октябрь 2011, 24 500 респондентов в 1364 населенных пунктах 49

субъектов РФ) негативные установки в отношении потенциальных соседей-мигрантов из стран Средней Азии продемонстрировали в своих ответах 56% опрошенных.

Необходимо отметить, что наличие как негативной, так и позитивной информации по категории «мигрант» значимо обратно пропорционально коррелирует с наличием размещаемых комментариев. Активный интерес аудитории в большей степени вызывают сообщения, не содержащие очевидной негативной или позитивной подачи информации.

Среди содержащихся в сообщениях образов мигранта наибольшую долю занимают «образ работника» (46%) и «образ чужого» (25,1%). В структуре образов мигрантов, кластерным анализом выделено 3 группы – «образ чужого», «образ ближнего», «образ врага».

Использованная в проведенном исследовании методика контент-анализа послужила основой для реализующегося в настоящее время проекта мониторинга региональных Интернет-СМИ и социальных сетей по направлениям:

- качественно-количественной оценки высказываний по национальному вопросу в саратовском Интернет-сообществе;
- конфликтологической экспертизы мнений Интернет-аудитории о работе региональных органов государственной власти и местного самоуправления Саратовской области.

Выводы:

Влияние региональных Интернет-СМИ на общественное мнение по вопросам миграции проявляется в задании «пунктов повестки дня». Сконструированные региональными Интернет-сайтами представления формируют восприятие аудиторией угрозы своей социальной группе со стороны мигрантов, что формирует негативные установки в отношении мигрантов. Сообщения, содержащие апеллирование к сложившимся негативным установкам и стереотипам, тем самым способствуют их актуализации и закреплению.

Литература

- 1 Семенова А.В., Корсунская М.В. Контент-анализ СМИ: проблемы и опыт применения / Под ред. В.А. Мансурова. – М.: Институт социологии РАН, 2010. – 324 с.

А.А. Хохолкова, Д.И. Смольгина

НАРОДНЫЙ КОНТРОЛЬ В ДЕЙСТВИИ: ОПЫТ СОЦИССЛЕДОВАНИЯ МОДЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЙ В РЕСПУБЛИКЕ ТАТАРСТАН (НА ПРИМЕРЕ ПИЛОТНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ПО ПРОБЛЕМАМ КУЛЬТУРЫ ДИАЛОГА «ВЛАСТЬ–ОБЩЕСТВО»)

ХОХОЛКОВА Анастасия Алексеевна – студентка кафедры социологии Института государственной службы и управления персоналом Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (ИГСУП РАНХиГС). E-mail: nkpx@yandex.ru

СМОЛЬГИНА Дарья Игоревна – студентка кафедры социологии Института государственной службы и управления персоналом Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (ИГСУП РАНХиГС). E-mail: dashasme@yandex.ru

XXI в. – век информационных технологий. На сегодняшний день информационные технологии задействованы везде: в промышленности, в авиатранспорте, на железнодорожном транспорте, в науке, образовании, социальных структурах, государственном управлении, экономике и культуре.

Интернет также дает возможность оперативно и эффективно взаимодействовать государству с обществом, поэтому просто необходимо создавать налаженную структуру и высокую культуру диалога власти с обществом.

Тем не менее в России данный диалог в Интернет недостаточно развит. В результате возникло множество проблем – к примеру, отсутствие двухстороннего диалога, необходимых организационных, правовых, информационных условий и т.д.

Актуальность темы вытекает из необходимости создания гражданского общества посредством установления диалога между властью и народом. Самым эффективным и удобным способом для этого становятся коммуникации в Интернет.

Большой шаг в развитии открытого диалога «власть–общество» сделало правительство Республики Татарстан, открыв портал «Народный контроль».

Оставив свой номер телефона, Вы становитесь зарегистрированным пользователем портала и получаете возможность оставить заявку по беспокоящей вас проблеме, а также прикрепить фото и/или видео и сделать отметку на карте. Помимо того, что на сайте у граждан есть возможность высказывать свои жалобы, претензии, предложения, благодаря системе каждый может оценить деятельность ответственного ведомства и поддержать заявки других людей. Отличительной особенностью портала «Народный контроль» от других похожих систем является то, что ведется рейтинг исполняющих органов, что становится неким стимулом для чиновников лучше и качественнее выполнять свою работу.

Данная статья посвящена исследованию культуры диалога на Интернет-портале Республики Татарстан. Было проведено наблюдение за работой системы «Народный контроль» на этапе его открытия (май 2012) и за последний рабочий месяц (ноябрь 2013 г.). Из 26 категорий проблем – самая актуальная – благоустройство территорий г. Казань, которая вызвала особый интерес и была выбрана для исследования. За все время существования портала поступило 3493 сообщения связанных с проблемой благоустройства территорий, из них 1953 обращения решены, а 99 – находятся в процессе исполнения.

Наблюдение проводилось по таким критериям, как:

- скорость реакции на поступившую заявку;
- принятие конкретных решений по поводу определенной проблемы;
- удовлетворенность населения по выполненной работе;
- актуальность проблемы для граждан.

Все эти критерии являются составляющими культуры диалога.

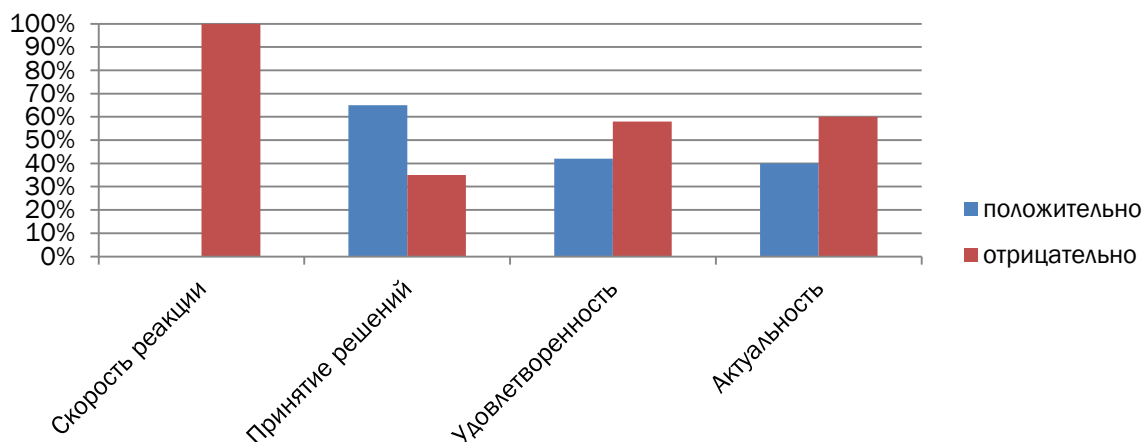


Рисунок 1 – Наблюдение за работой портала на стадии открытия в мае 2012 г.

Данные о работе портала на этапе его открытия показывают неудовлетворительное функционирование системы «Народный контроль». Прослеживается низкая активность по отношению к сайту не только со стороны власти, но и со стороны граждан. Так, число поступивших обращений в мае – 53, а оперативность ответа на заявку достигала двух недель по каждой проблеме. Это связано с тем, что население с осторожностью относилось к такой форме диалога и недоверием к тому, что это даст положительный результат. Со стороны власти низкая активность объясняется тем, что у чиновников менталитет не перестроился от старых бюрократических привычек. Деятельность по решению проблем мало удовлетворяла жителей не только из-за качества выполнения, но и потому что решались менее актуальные проблемы, а острые оставались в стороне. Основой для этого послужила новизна системы и неопытность специалистов.

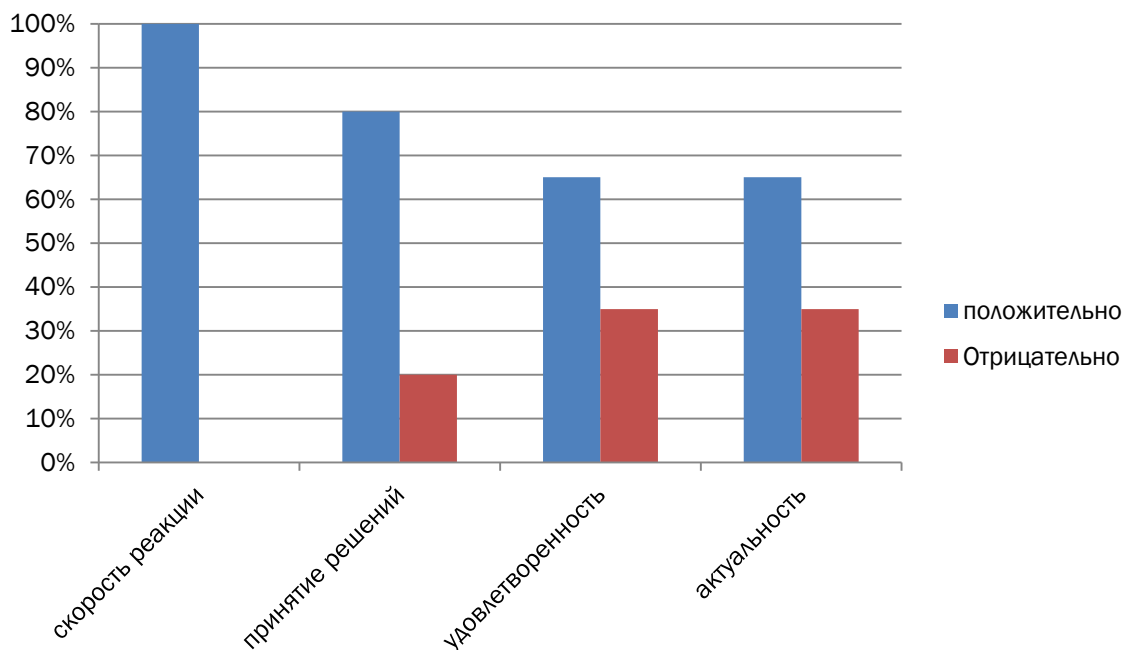


Рисунок.2 – Наблюдение за работой портала «Народный контроль» в ноябре 2013г

Наблюдение, проведенное за последний месяц работы портала, наглядно показывает значительное повышение уровня культуры диалога «власть–общество». По регламенту сайта, ответ, на поступившее заявление, должен быть дан в течение 10 дней. За наблюдаемый временной период ответ на все заявления давался в сроки, более того в тот же день, спустя несколько часов после публикации жалобы. Из 110 заявок 88 были решены (80%). Очень важно при этом учитывать такой показатель, как удовлетворенность граждан по поводу выполненной работы. Этот критерий оценивался на основе непосредственных оценок и комментариев граждан. На графике видно, что большая часть обратившихся – 65% удовлетворены процессом решения проблемы, и лишь 35% остались недовольны. В связи с поступлением большого количества заявок, в первую очередь решаются те, которые представляют наибольшую значимость для населения. Для определения актуальности той или иной проблемы на сайте существует функция проставления «лайков». 65% решенных проблем оказались для граждан особенно острыми. Остальные 35% заявок имели меньшую значимость, но тем не менее были решены.

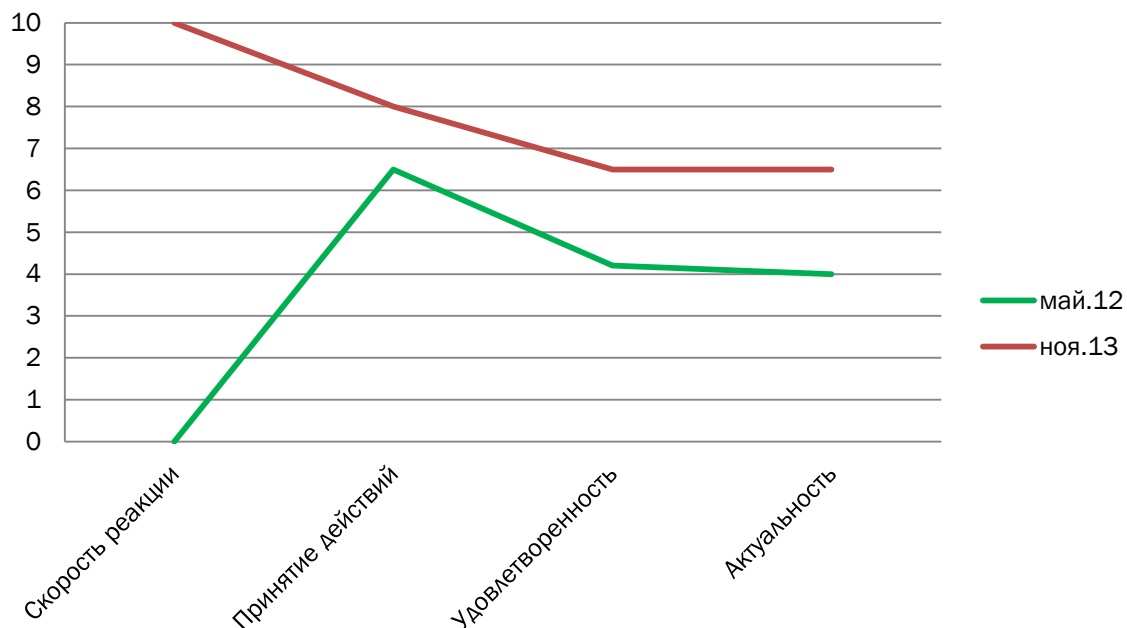


Рисунок 3 – Сравнение полученных в ходе наблюдения данных.

В сравнении двух периодов работы портала ярко выражено повышение культуры диалога. За время своего существования методом проб и ошибок удалось сделать из системы нечто обычное, повседневное, что вызвало интерес и доверие граждан. Четкий контроль вышестоящими органами, заставляет исполнителя действовать в решении проблемы быстро и качественно

Наряду с наблюдаемыми критериями, высокий уровень культуры диалога «власть – общество» доказывает удобство Портала и создание мобильных приложений, простота регистрации, возможность непосредственного общения с ответственным органом через комментарии, проблемы разделены на категории, районы и статусы выполнения, что упрощает поиск актуальной для каждого человека проблемы, функция геолокации, структура портала.

Правительство Республики Татарстан идет в ногу со временем и удовлетворяет потребности информационного общества. Существование открытого диалога между властью и обществом, с высоким уровнем культуры ведения его, дает гражданам надежду на светлое будущее и возможность напрямую участвовать в управлении государством, что влечет за собой повышение не только гражданской активности населения, но и политической. Создание такой государственной информационной системы в масштабах всей страны может стать отправной точкой в формировании российской демократии.

Литература

- 1 Василенко Л.А. «Социология неравновесных процессов становления информационного общества: методологические подходы // Синергетическая парадигма-2008. Коллективная монография. М.: Прогресс-Традиция, 2009.
- 2 Мануэль Кастельс. Галактика Интернет. Размышления об Интернете, бизнесе и обществе.
- 3 Постановление от 10.08.2012 № 676 «Об электронном взаимодействии граждан и органов местного самоуправления республики Татарстан в рамках функционирования Государственной Информационной Системы Республики Татарстан «Народный контроль».
- 4 Василенко Л.А. Интернет в информации государственной службы России. Социологические аспекты.

Я.А. Цуканов

ТЕХНОЛОГИЯ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИЙ ТОЛПЫ (НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКИХ ПРОТЕСТНЫХ ИНТЕРНЕТ-СООБЩЕСТВ)

ЦУКАНОВ Ярослав Александрович²³- студент ОФ РАНХиГС. E-mail: black_ko@mail.ru

Книгопечатание, телеграф, газеты, радио, телевидение, новые информационные и коммуникационные технологии всегда являлись главными авторами социальных преобразований. Однако подобные технологии не решают главной задачи – задачи коллективного действия – научить людей доверять друг другу и сотрудничать. И здесь в силу вступает весь накопленный человечеством потенциал технологий сотрудничества, где главными их катализаторами выступают репутация, наблюдение и наказание. В последние годы организация массовых мероприятий: митингов, шествий и т.д. почти не обходится без использования высоких технологий, а главным образом Интернета и мобильной сети, и не только при организации, но и при непосредственном участии на месте. Однако при непосредственном участии важно знать психологию толпы и методы ее координирования и влияния на нее. Массы людей, в свою очередь, делятся на виды психологии которых разнятся. Отсюда возникает актуальность в создании системы определения масс, будь то толпа или умная толпа, и действительно ли молодежь, участвуя во множестве митингов последних лет, является умной толпой. И именно эти два показателя – технологии коммуникации и сотрудничества – позволят нам определить, к какому роду масс будут относиться скопления людей.

1. Анализ трудов Г. Тарда и Г. Лебона позволил определить этапы образования толп и публики, где главенствующим звеном всех этапов являются технологии сотрудничества (задача коллективного действия) с такими внешними факторами как вождь (актер) при образовании одухотворенной толпы и журналистики (прессы) при образовании публики.

Такой же подход был выделен и у Г. Рейнгольда при образовании умной толпы, где главенствующим звеном всех этапов являются технологии сотрудничества (задача коллективного действия) с такими внешними факторами как развитие вычислительной техники и коммуникационных сред.

Учитывая технологии сотрудничества и внешние факторы образования одухотворенной, умной толпы и публики, можно определить к какой категории масс относится масса людей с помощью построения матрицы определения категорий масс. Шкала Y может иметь 2 значения: 1) уровень использования высоких технологий при организации; 2) непосредственном участии. При первом значении началом координат будет публика, при втором значении – агрегация. Ось X – уровень развития сотрудничества. Т. о. матрица состоит из 4-х блоков (с условными числовыми обозначениями): агрегация (у,х: 0,0), публика (у,х: 1,0), одухотворенная толпа (у,х: 0,1), умная толпа (у,х: 1,1) с общим неравенством $0 < 1$. После завершения первого этапа (организации) все трансформации сбрасываются и отправляются к точке второго этапа (непосредственного участия). Если на первом этапе публика не трансформировалась, то следующий этап невозможен; любая категория масс по завершении второго этапа возвращается к изначальной точке координат – публике.

2. Нами был проведен статистический анализ «групп-событий» (5 событий) социальной сети «VKontakte» с 2011 по 2013 г., направленные на сбор и координирование участников различных митингов, с целью определения их состава и принадлежности к одной из категорий масс. Сбор статистических данных участников осуществлялся встроенным в интерфейс «VKontakte» системой поиска. «Усредненный» участник митинговых сообществ сети «VKontakte» выглядит следующим образом: мужчина в возрасте от 18 до 30 лет, приехавший в Москву из Ростова-на-Дону, неуверенный в том, что придет на означенный митинг, на который он собирается ради благополучия своей семьи

²³ Научный руководитель – Игнатова Т.В., канд. соц. наук, доцент.

или будущей семьи и детей. Также была проанализирована группа «За честную и легитимную власть!» курирующая несколько представленных в исследовании «групп-событий».

Количество возможных соединений подписчиков данной группы (полезность сети – Закон Меткалфа): $n(n-1)/2$; 34853 (общее количество подписчиков) $(34853-1)/2 = 607\ 348\ 378$. Максимально возможная активность сообщества (Закон Рида) – 2^n ; 2^{34853} . Средняя активность сообщества – 57 (среднее число отметок «мне нравится» за один пост)+22,3 (среднее число комментариев за один пост)+1591,3 (среднее число ответивших на опросы за год и один месяц) = 1670,6; 2^{1671} . Разница: 2^{33182} .

Если обозначить активность данного сообщества как главный фактор определения уровня развития сотрудничества масс, за 2013г., то данное сообщество (публика) не сможет трансформироваться в другую категорию масс, подтверждением чему служат: 1) низкий уровень активности сообщества от общего числа подписчиков, т.е. использование социальной сети не иначе как информационный ресурс, а не коммуникационный; 2) использование сообществом «За честную и легитимную власть!» двух групп-событий с 2011г. и 2012г. без обнуления участников, что самой администрации группы крайне неудобно для учета реальных участников, собравшихся пойти на митинг; 3) снижение реальных подписчиков сообщества почти на 200 человек меньше чем за две недели (с 24.05.2013 по 4.06.2013); 4) снижение количества выкладываемых администрацией записей для обсуждения.

Т.е. данная митингующая публика если и трансформируется в другую форму масс в момент организации то, скорее всего, посредством других источников. Пока же, основная молодая публика Интернета РФ, предпочитает оставаться публикой не находя особого смысла в участии в протестных движениях, однако с любопытством наблюдая за происходящими событиями на политической арене.

Литература

- 1 Игнатова Т.В., Цуканов Я.А. Политмоб как форма проявления политической активности молодежи [Текст] // Образование и общество, №4, 2013. – С.15-22.
- 2 Рейнгольд Г. Умная толпа: новая социальная революция [Текст] / Г. Рейнгольд. –Пер. с англ. А. Гарькавого. –М.: ФАИР-ПРЕСС, 2006. –416 с.
- 3 Психология толп [Текст] –М.: Институт психологии РАН, Издательство «КСП+», 1998. –416с.

ВСЕ ПОЗНАЕТСЯ В СРАВНЕНИИ. ОПЫТ МЕЖДУНАРОДНЫХ СРАВНИТЕЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

А.А. Демин

СОЦИАЛИЗАЦИЯ ЛИЧНОСТИ КАК ФАКТОР ОГРАНИЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ АТТРАКТИВНОСТИ ИНОСТРАННОГО ГОСУДАРСТВА (НА МАТЕРИАЛАХ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБЩЕСТВЕННО-ПОЛИТИЧЕСКОГО СООБЩЕСТВА «ГЛОБАЛ РАШНЗ»)

ДЕМИН Андрей Андреевич – аспирант кафедры социологии коммуникативных систем социологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова, сотрудник отдела социально-политических исследований ВЦИОМ. E-mail: andrew.a.demin@gmail.com

Феномен социальной аттрактивности того или иного государства предусматривает многомерный комплексный анализ, основанный не только на изучении внутренних свойств рассматриваемого государства, но и внешних связей, безусловно, имеющих также высокое значение в формировании конечного образа государства. Однако даже с учетом проведения подобного анализа, раскрыть данный феномен целиком будет затруднительно, не обратившись непосредственно к субъекту восприятия – человеку или же личности, которая обладает собственными свойствами и связями, определяющими в конечном итоге степень аттрактивности рассматриваемого объекта. Именно о личностном факторе в отношении феномена социальной аттрактивности государства пойдет речь в данной работе, однако необходимо сразу оговориться, что данный фактор не будет рассмотрен во всей своей полноте, а только через призму социально-психологического понятия социализации личности.

Социализация личности является неотъемлемым процессом становления и развития индивида. Данный процесс характеризуется включением человека в социальную систему, при этом он проходит поэтапно, наряду с тем как изменяется личность в соответствии с возрастом [1]. В сущности, социализация личности никогда не прекращается, с возрастом меняется лишь степень интенсивности протекания данного процесса. Социализация начинается едва ли не с самого рождения, когда ребенок начинает знакомиться с конфигурацией социальных отношений [6] и мотивационно-поведенческой моделью, господствующей в семье. Именно на данном этапе социализация являет собой наиболее интенсивный процесс. Разумеется, подобный опыт – он же опыт первичной социализации личности – сопряжен с присвоением (интернализацией [5]) первичных ценностей, в том числе и ценностей социального порядка. С каждым новым витком взросления личности расширяется количество агентов социализации (институты образования, армия, отдельные социальные группы или общество в целом и т.п.), повышается роль ретрансляторов существующих в ментальности (национальном культурно-историческом коде) ценностных компонентов. В конечном счете происходит смена внутренних позиций индивида в результате усвоения всех ключевых социально-культурных элементов.

Один из основных принципов процесса социализации заключается в том, что усвоенные на этапе первичной социализации ценностные компоненты сохраняются на всю последующую жизнь индивида. Таким образом, они являются основополагающими компонентами ценностного выбора личности, следовательно, также и идентификационного выбора в пользу той или иной социальной общности. При этом мы должны понимать, что подобный выбор не ограничивается уровнем только социальных групп, но и также может распространяться на целые государства, в случае если они будут выступать носителями некоего референтного образа. Иными словами, социальная аттрактивность целого государства напрямую связана с уже заложенным в индивидуальном сознании ценностным императивом.

В этой связи предлагается обратиться к результатам проведенного в 2013 г. эмпирическому исследованию особенностей ценностной системы представителей общественно-политического сообщества «Глобал Рашнз». Исследование было проведено на основе использования комплекса качественных методов социально-психологического анализа [2, 7]: методики Р. Инглхарта (которая позволяет выявить политические ценности в плоскости материалистичности/постматериалистичности) [3], метода фиксированных ассоциаций (на основе самостоятельной научной разработки), а также качественный вариант контент-анализа (благодаря которому проводился анализ содержания текстов представителей сообщества «Глобал Рашнз» на сайте журнала «Сноб» [8]).

Прежде чем перейти непосредственно к выводам, полученным в ходе исследования, необходимо коротко охарактеризовать само сообщество «Глобал Рашнз». Во-первых, данное сообщество определяется именно как общественно-политическое, так как существенное внимание его представителей концентрируется вокруг общественно-политических процессов России. Во-вторых, в организационном плане оно представляет собой социальную сеть закрытого типа, где членство рассчитывается на финансовой основе и личных связях. В-третьих, в содержательном смысле «Глобал Рашнз» предстает как референтная группа с присущим ей идентификационным образом, что во многом определяется поведенческой моделью, в основе которой лежит идея космополитизма или мирового гражданства. Стоит отметить, что большинство участников сообщества представляет среднее и позднесоветское поколение. Кроме того, практически все они совершили вынужденную эмиграцию в период 70-80-х гг. в страны западного мира.

Одна из рабочих гипотез исследования предполагала, что в мотивационно-ценностном профиле представителей сообщества «Глобал Рашнз» будут преобладать ценности либерально-демократического спектра и что они будут лежать преимущественно в постматериалистической плоскости, что во многом связано как с высоким социально-экономическим статусом представителей исследуемого сообщества, так и с переездом в иностранные государства. Однако на деле фиксировалась проблема, связанная с невозможностью полного перестроения системы ценностей в соответствии с окружающей социально-культурной средой. В сознании членов сообщества обнаружились такие компоненты, которые, как правило, имеют отношение к мифологизированному типу сознания, что был сильно распространен в советском обществе и отчасти наблюдается в современном российском. Это напрямую связано с процессом первичной социализации, который накладывает максимальный отпечаток на формировании социального сознания личности, из-за чего представители «Глобал Рашнз» не могут в полной мере проникнуться ощущением «экзистенциальной безопасности» [4] в другой стране, что ставит под сомнение один из аспектов социальной аттрактивности данной страны.

На глубинном уровне их социального сознания сохраняются психологические инварианты, которые не позволяют членам сообщества окончательно избавиться от чувства привязанности к отечественному государству. Интересным наблюдением является здесь то, что в связи с невозможностью до конца разорвать свою ментальную связь с Россией, представители «Глобал Рашнз» резко критически начинают оценивать настоящее состояние российской общественной жизни. Это напрямую связано с ощущением фрустрации, переживаемым членами сообщества «Глобал Рашнз». Во многом именно из-за него мы наблюдаем обострение мифологизированного типа сознания, когда восприятие настоящего и будущего уступает место рефлексии по прошлому.

В конечном счете, получается, что представители общественно-политического сообщества «Глобал Рашнз» оказались в «подвешенном» состоянии в связи с невозможностью полного принятия психологических элементов политико-культурной среды непривычного западного мира по причине неразрывной ментальной связи с родным государством. Из-за чего многими из них осуществленная в прошлом вынужденная эмиграция сегодня оценивается весьма болезненно, а социальная аттрактивность государства значительно снижается в социально-психологическом смысле.

Литература

- 1 Андреева Г.М. Психология социального познания. – М.: Аспект Пресс, 2005;
- 2 Здравомыслов А.Г. Потребности, интересы, ценности. – М.: Политиздат, 1986;

- 3 Инглхарт Р. Культурный сдвиг в развитом индустриальном обществе. – М., 1993;
- 4 Инглхарт Р. Постмодерн: меняющиеся ценности и изменяющиеся общества // Полис. – 1997. № 4;
- 5 Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения // Американская социологическая мысль: Тексты / Под ред. В. И. Добренкова. – М., 1996.;
- 6 Шестопап Е.Б. Политическая психология: Учебник для студентов вузов. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2007;
- 7 Ядов В.А. О диспозиционной регуляции социального поведения личности // Методологические проблемы социальной психологии. – М., 1975;
- 8 Проект «Сноб». URL: <http://www.snob.ru/>

М.И. Заславская

ПРОБЛЕМЫ ПОЛУЧЕНИЯ И СРАВНЕНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ЗНАНИЯ В МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ СРАВНИТЕЛЬНЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ: ВЛИЯНИЕ СОЦИАЛЬНОГО КОНТЕКСТА НА СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ЗНАНИЕ

ЗАСЛАВСКАЯ Мария Игоревна – доктор социологических наук, доцент кафедры прикладной социологии Ереванского Государственного Университета. E-mail: zaslavm@mail.ru

В докладе рассматриваются методологические проблемы получения достоверного социологического знания в межнациональных сравнительных социологических исследованиях.

Учет зависимости социологического знания (как его содержания, так и особенностей его производства) от целого ряда социальных факторов (а также недостаточная релевантность современных методов оценки социального контекста) требуют переосмысления имеющихся ныне в социологии методологических основ проведения сравнительных социологических исследований. Прямолинейное применение на первый взгляд универсальных исследовательских стандартов приводит зачастую к непредвиденным последствиям. Например, такой, казалось бы, незыблемый принцип, как «идентичность инструмента» в сравнительных исследованиях, не всегда релевантен, в особенности, когда дело касается несхожих по культурным традициям объектов исследования, а также когда дело касается влияния тех или иных политических факторов на производство социологического знания [1]. При определении методологии сравнительного исследования большое значение приобретают специфические социокультурные факторы объектов исследования. Ориентированность сравнительных исследований на объяснительные модели в рамках социальных и культурных различий влечет существенное влияние лингвистических и культурных факторов, различий в научных традициях и подходах в деле проведения такого рода исследований. Если игнорировать эти проблемы, то они могут затронуть качество результатов всего исследования в целом, так как при невнимательном отношении к специфике национального контекста можно допустить существенные погрешности при выборе и анализе ключевых переменных для обеспечения модели сравнения [2].

Так как социальный контекст есть органическая компонента полученного знания, то стоит вопрос не об исключении влияния контекста на научное знание (в рамках традиционных подходов проведения сравнительных исследований), а, напротив, о том, как следует учитывать социальный контекст при анализе данных, полученных в сравнительных социологических исследованиях. Т.е. возникает необходимость включения социального контекста в общую концепцию производства сравнительного социологического знания. Тем самым возникает необходимость новых подходов к исследованиям социологического знания, а именно, анализа социологического знания на метасоциологическом уровне. При этом должно учитываться то, как создавалось знание, какие факторы лежат в основе его получения, какова возможность сравнения социологического знания, полученного в разных условиях, разными методами и в разных контекстах [3].

На основании анализа методологии ряда межнациональных социологических исследований (проведенных в странах Южного Кавказа и России) в докладе предлагается операционализация понятия «социальный контекст» в межнациональных сравнительных исследованиях, выделение таких компонент социального контекста, как *инструментальный* контекст и *общественный* контекст. В докладе рассмотрены особенности *инструментального* контекста в сравнительных социологических исследованиях. Проанализированы особенности методологии сравнительных исследований в аспекте двух традиционных стратегий проведения подобного рода исследований – стратегия «жесткого сравнительного исследования» (или стратегия исследования, ориентированного на переменные), и стратегии «мягкого сравнительного исследования» (или исследования, «ориентированного на случай»).

В докладе рассматриваются особенности влияния *общественного* контекста на информацию, полученную в сравнительных исследованиях. Ориентированность сравнительных исследований на объяснительные модели в рамках социальных и культурных различий влечет существенное влияние лингвистических и культурных факторов, различий в научных традициях и подходах к проведению такого рода исследований, которые необходимо учитывать при определении методологии подобных исследований. Был проанализирован целый ряд факторов, связанных с социальным контекстом (как инструментальным, так и общественным), в результате влияния которых возникает целый ряд трудностей, как методологического, так и методического характера, связанный со сравнимостью полученных знаний.

Анализ показал, что в рассматриваемых межнациональных сравнительных социологических исследованиях были представлены исследовательские стратегии и подходы, общественные настроения и представления о целом ряде социальных явлений, приведших к получению во многом противоречивого и практически несравнимого социологического знания об изучаемых явлениях. Этот факт объясняется во многом политическими факторами, в результате влияния которых социолог выполняет в обществе целый ряд функций не только как представитель науки, но и как лицо, ответственное за публикуемое им знание.

Проанализированы также вопросы, которые возникали на различных стадиях исследования и касались различных аспектов *этики* исследования, как отдельные компоненты *инструментального* контекста. В докладе обосновано преимущество *минималистской* стратегии в решении этических проблем в социологических исследованиях, осуществляемых различными национальными исследовательскими группами и затрагивающих проблемы, достаточно острые с этнической точки зрения (в особенности в тех случаях, когда имеются различия в подходе к этим проблемам в общественном мнении различных стран).

Представлен также конкретный опыт выработки методологических решений на различных стадиях проведения указанных исследований, в частности, опыт модификации *инструментального* контекста с учетом *общественного* контекста данной страны, где проводилось социологическое исследование.

В докладе обосновывается целесообразность применения метода НДАСТ (Нечеткий дискурс-анализ социологических текстов) [3] в межнациональных сравнительных социологических исследованиях. Отмечается, что необходимость применения этого метода диктуется рядом обстоятельств, в частности тем, что, несмотря на реализацию классических техник триангуляции, задачи сравнимости данных и нивелирования влияния социального контекста не решены в социологии. Проведенное исследование показало, что в такой ситуации возникает методологическая проблема получения единого обобщенного социологического знания, нацеленного на унификацию всего полученного противоречивого многообразия интерпретационного потенциала исследователей, возможности разрешения которой рассматриваются в русле реализации указанного метода НДАСТ.

Метод НДАСТ предполагает возможность оценки социального контекста и возможность сравнения и измерения различных его характеристик посредством анализа социологического вербального текста, реализуемого на основе приложения аппарата нечеткой логики [4] к дискурс-анализу.

Литература

- 1 Redmond M. Cultural and ethical challenges in cross-national research: Reflections on a European Union study on child and youth migration// International Journal of Qualitative Methods, 2 (4), December 2003.
- 2 Hantrais L., Mangen S. Cross-national research methods in the social sciences. London: Pinter, 1998.
- 3 Заславская М. И. Проблема оценки социального контекста в социологическом знании. Монография. Ереван: Изд-во ЕГУ, 2010.
- 4 Yen J., Landary R. "Fuzzy Logic. Intelligence, Control, and Information", Prentice Hall, NJ, 1999.

А.А. Кислая

ИДЕНТИЧНОСТЬ УКРАИНЦЕВ: ОСОБЕННОСТИ ЛОКАЛЬНОЙ И ДЕРЖАВНОЙ САМОПРЕЗЕНТАЦИИ

КИСЛАЯ Анна Александровна. – кафедра социологии Института социологии, психологии и социальных коммуникаций Национального педагогического университета им. М. Драгоманова, профессор, кандидат философских наук, доцент. E-mail: kisla_anna@mail.ru

З. Бауман ярко определил актуальность исследований идентичности для современного мира: «В последние годы наблюдается настоящий взрыв интереса к концепции идентичности. Этот взрыв породил невиданный шквал мыслей. Пожалуй, никакой другой аспект нашей жизни не привлекает сейчас такого внимания социологов, философов, и психологов. Дело не в том, что «исследование идентичности» становятся сегодня независимой и быстро развитой отраслью знания, проходит нечто большее, и можно сказать, что «идентичность» становится призмой, через которую рассматриваются, оцениваются и изучаются важные черты современной жизни.

В украинской социологии предметом изучения 'box of identity' являются: локальная идентичность, региональная, государственная, этническая, интеграционная или глобализационная (я гражданин Европы, я гражданин мира). Для украинского общества сегодня оказались значимыми два типа идентичности: локальная и державная. Для анализа особенностей презентации этих двух типов идентичности мы выбрали наиболее, на наш взгляд, содержательные маркеры:

*«В какой степени Вы гордитесь или не гордитесь тем, что являетесь гражданином Украины?»
«В какой степени Вы удовлетворены своей жизнью?»*

Возраст, национальность и образование мы использовали как базовые характеристики репрезентативных групп. Эмпирической базой для сравнительного анализа репрезентативных групп являются результаты социологического мониторингового исследования «Украинское общество 1992–2012 гг.», которое проводит Институт социологии НАН Украины. Выборочная совокупность в среднем составляет 1800 респондентов и репрезентует взрослое население Украины. Объектом анализа являются статистические данные с 2003 по 2013г.

Ответы респондентов на вопрос «В какой степени Вы гордитесь или не гордитесь тем, что являетесь гражданином Украины?» (табл. 3) позволяют сделать вывод, что «державная группа» позиционируют себя больше патриотами, чем «локальная группа». Процент ответов, презентующих определенную дистанцию к государству: «совсем не горжусь» и «скорее не горжусь», выше у «локальной группы». В intragroup контексте следует отметить, что в локальной группе процент респондентов, которые гордятся тем, что являются гражданами Украины выше, чем процент тех респондентов, которым это чувство не свойственно. Такая же тенденция отмечается и внутри «державной группы».

Таблица 1 «В какой степени Вы гордитесь или не гордитесь тем, что являетесь гражданином Украины?», (%)

В какой степени Вы гордитесь или не гордитесь тем, что являетесь гражданином Украины?	2003г.	2005г.	2008г.	2010г.	2012г.	2013
«Совсем не горжусь», «скорее не горжусь»						
«Локальная группа»	28	16	23	21	25	28
«державная группа» «	17	11	12	15	16	18
«Скорее горжусь», «очень горжусь»						
«локальная группа»	28	52	43	44	38	44
«державная группа»	48	60	60	58	49	56

Заметим, что с 2003 г. по 2012 г., т.е. за 10 лет мониторинга, обе группы респондентов стабильны в своем отношении к государству. Исключение составляют результаты социологического мониторинга за 2005 г., которые показывают значимый «лифт» державной гордости в «локальной группе», что объясняется интенсивным тиражированием идеи развития гражданской нации в период «оранжевой революции»

Таблица 3 «В какой степени Вы удовлетворены своей жизнью?», (%)

В какой степени Вы удовлетворены своей жизнью?	2003г.	2005г.	2008г.	2010г.	2012г.	2013г.
«Совсем не доволен», «скорее не доволен»						
«локальная группа»	61	51	54	45	48	54
«державная группа»	51	40	32	37	39	48
«Скорее доволен», «полностью доволен»						
«локальная группа»	14	22	26	29	25	15
«державная группа»	24	31	42	36	35	21

«Локальная группа» презентует более высокий процент неудовлетворенности своей жизнью, чем «державная группа». И меньший, чем в державной группе, процент удовлетворенности жизнью. Объяснительная версия предлагается следующая: «локальная группа» в выборке представлена типом «житель села, района, города». Эти характеристики в первую очередь «маркируют» провинциальное пространство, которое очень часто определяют как депрессивное (экономическое содержание характеристики). Субъекты провинциального пространства не имеют таких возможностей для самореализации и улучшения качества жизни, как субъекты «непровинциального» пространства. Определенную часть вины за такую ситуацию представители «локальной группы» «отдают» государству.

Возрастные особенности самопрезентации. За 10 лет мониторингового исследования возрастные характеристики представителей локальной группы и державной группы практически не изменились. В «локальной группе» возраст «до 30» представлен в среднем на 10% меньше (на протяжении всех 10 лет), чем в «державной группе». «Локальная группа» 2003г – 17%, 2008г. – 15%, 2012г. – 15%. «Державная группа» 2003г. – 26%, 2008г. – 25%, 2012г. – 24%. Иными словами, респонденты «до 30» презентуют более интенсивную державную идентификацию, чем локальную. Взрослая возрастная группа «больше 50» презентует большую интенсивность локальной идентификации, чем державной. 2003г. – 39%, 2008г. – 36%, 2012г. – 35%. «Державная группа» 2003г. – 27%, 2008г – 27%, 2012г. – 26%. Интересно, что средняя возрастная группа «31-55» в равной мере презентует исследуемые типы идентификации. Интервал 44% – 50%.

Национальность. На протяжении всех десяти лет сохраняется тенденция доминирования представителей украинской этничности в «державной группе», 2003 – 84% – 2012г.- 91%. Тенденция восходящая. Доминирование представителей русской этничности в «локальной группе», 2012г. – 13%, 2003 г. – 20%. Тенденция нисходящая.

Образование. Среднее полное образование выше у представителей «державной группы». Интервал max – 8%. Высшее образование (бакалавры, магистры) выше у представителей «державной группы». Интервал max – 15%.

Презентованный анализ позволяет сделать следующие выводы: гражданская гордость (я гражданин Украины), чувство патриотизма в «локальной группе» ниже, чем «державной». «Локальная группа» презентует более высокий процент неудовлетворенности своей жизнью, чем «державная группа». Возраст «локальной группы» в основном средний и старший. Локальная идентичность интенсивно тиражирована внутри русской этнической группы. Образование в «локальной группе» ниже, чем в «державной группе».

Представитель державной группы – патриот. Он более удовлетворен жизнью, чем представители другой исследуемой группы. Возраст «державной группы» в основном молодой и средний. Национальность доминирует украинская. Образование выше, чем в «локальной группе».

Г.В. Манзанова

**ГЛОБАЛЬНЫЕ ИННОВАЦИИ И КОНКРЕТНЫЕ ПРАКТИКИ КРЕСТЬЯН В ЭТНОСОЦИАЛЬНЫХ
СООБЩЕСТВАХ, РОССИИ В ЦЕЛОМ, ПОЛЬШЕ, МОНГОЛИИ И КИТАЕ.
ОПЫТ СРАВНИТЕЛЬНОГО АНАЛИЗА**

МАНЗАНОВА Галина Владимировна - старший научный сотрудник Центра стратегических и политических исследований Института Востоковедения РАН. E-mail: gmanz1@rambler.ru.

Под влиянием стремительных новаций рынка у различных этносов произошел возврат к моделям патриархального хозяйствования, например, к эвенкийским общинам, занимающимся охотой и оленеводством в Баунтовском и Северо-Байкальском районах Республики Бурятия и традиционным скотоводческим хозяйствам бурят в приграничных с Монголией территориях. Использование этносами практик, унаследованных от предшествующего периода обеспечило выживание их культурно-хозяйственных моделей и этнических социумов в условиях стремительно разрушающейся среды их существования, и сохранение инерции практик хозяйствования, несмотря на все преобразования. И, напротив, в Монголии – соседней с Бурятией стране, имеющей родственную с ней хозяйственную культуру, язык и традиции, умелое использование преимуществ традиционных практик номадного хозяйствования, социальных качеств и ориентаций крестьян-аратов, приобретенных в ходе освоения их суровой природно-хозяйственной среды, обеспечило устойчивость кочевой номадной системы при переходе к рынку, и результативность реформ. В переходный период к рынку в российском селе именно модели взаимодействия колхозов (переименованные в АО), и личных подсобных хозяйств сельчан, унаследованные от предыдущего этапа развития страны, но теперь уже на основе их совместной кооперации, поддержали занятость крестьян, неимущих и пенсионеров. Тем самым были обеспечены условия для выживания и сохранения сельского социума России и поддержания дальнейшей инерционности его развития, несмотря на стремительные новации рынка. Парадоксально, что и в Польше в условиях стремительного вхождения в рынок стран ЕС, у крестьян произошел возврат к хуторскому семейному хозяйствованию, используемому ими в более раннем историческом периоде. В условиях высоких рисков недоверчивые польские крестьяне оказались неспособны к совместной кооперации и вынуждены были производить всю необходимую для потребления продукцию внутри своего хозяйства. В результате консервативно настроенные и замкнутые на своем хозяйстве крестьяне закрепились в

сельской местности. Тем самым была предотвращена миграция сельчан в города, и обеспечены условия для сохранения сельского социума Польши, несмотря на вхождение в ЕС и начавшийся процесс глобализации. Характерно, что в Польше и России, и особенно в национальных регионах страны, именно унаследованные из прошлого особенности институтов семейного хозяйствования крестьян не вписались в практики (институты) современных аграрных реформ, чем и объясняется полученный эффект их блокировки, и возврата к методам хозяйствования, используемых ранее.

И, напротив, в Китае фундаментом, обеспечившим успех последующих аграрных преобразований, стали унаследованные с прошлого периода развития страны, практики парцеллярного семейного хозяйствования сельчан (зачастую площадью менее 1 гектара на человека). Катализатором аграрных инноваций в сельскохозяйственных коммунах (прообразом которых были российские колхозы) стало внедрение бригадной арендной формы организации труда, которая стимулировала заинтересованность семейных крестьянских хозяйств-дворов и их членов (акторов) в труде и его результатах. Это привело к развитию практик производственной специализации бригад и их совместной кооперации в смежных отраслях сельского хозяйства, строительства и производства. Примечательно, что и в России на заре перестройки в начале 80-х годов на базе колхозов и совхозов были также организованы арендные и семейные подрядные коллективы, которые вначале также показали высокую производительность и эффективность труда. Но в дальнейшем их развитие было приостановлено резким форсированием рынка и переходом к фермерству и частным формам хозяйствования. А в Китае путем стимулирования акторов -крестьян стремительно развивающихся арендных подрядных коллективов практик специализации, а затем их слияния и объединения, произошло постепенное преобразование сельскохозяйственных коммун в современные высокоэффективные многоотраслевые аграрные корпорации. Тем самым была предотвращена стремительная масштабная миграция крестьян в города, которая на начальном этапе перехода к рынку для Китая была особенно опасной. Тем самым были обеспечены условия для сохранения преемственности преобразований и воспроизводства традиционного социума. Именно умелое использование преимуществ унаследованных исторически культурно-хозяйственных моделей обеспечили успех китайских реформ и переход аграрного сообщества этой страны в другую, более эффективную стадию развития.

Почему следствием стремительных новаций рынка в России по образцу стран Запада стал возврат к моделям патриархальных хозяйственных практик, используемых в более раннем историческом периоде развития? И почему, таким странам, как Китай и Монголия, применившим, напротив, адаптационные модели, удалось совершить качественный скачок? Каким образом происходит очерчивание границ отдельных хозяйственных культур и социальных систем, и что очень важно для нашего исследования, культур, исторически свойственных отдельным странам, национальным сообществам, и особенно сельскому социуму России?

Как сомкнуть макро- и микроуровни преобразований – глобальные аграрные инновации в отдельных странах и конкретные хозяйственные практики (институты) акторов – сельчан – представителей различных регионов, национальных сообществ? И каковы возможности и пределы регулирования преобразований на глобальном и региональном уровне – в странах, регионах, национальных сообществах?

Для ответа на поставленные нами вопросы необходимо тщательное изучение природных, национальных, социальных и других особенностей хозяйственного развития отдельных стран, регионов, этносоциальных сообществ и в целом сельского социума России, т.е. сравнительный, этносоциальный, региональный и вместе с тем, целостный подход к этой проблеме. Между тем такой подход разработан и применяется явно недостаточно. Стремлением до некоторой степени восполнить существующий пробел и руководствовался автор данной работы.

М.Г. Мацкевич

ПАМЯТЬ ОБ ИСТОРИЧЕСКИХ СОБЫТИЯХ: РОССИЯ И ФРАНЦИЯ 200 ЛЕТ СПУСТЯ

МАЦКЕВИЧ Мария Георгиевна – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник Социологического института РАН. E-mail: mmatskevich@yandex.ru

- 1 В год празднования юбилея Отечественной войны 1812 г. и сопутствующего роста числа просветительских и популяризаторских мероприятий, знания жителей России, по данным общероссийских опросов, носят крайне общий характер (дата, имена Кутузова и Наполеона, ассоциации с Толстым и Лермонтовым). Так, по данным ФОМ (июнь и сентябрь 2012 г., n=1500; 1997, n=1600), только 70% смогли правильно ответить на вопрос «с кем воевала Россия в 1812 г.?» (26% затруднились с ответом, а 5% дали неверный ответ, рис. 1). При этом, даже такую информированность демонстрируют в основном старшие возрастные группы: 46–60 лет и старше, т.е. те, кто оканчивал среднюю школу в советский период. В целом, чем младше человек, тем менее вероятно, что он может назвать правильно даже год/век Отечественной войны, ее участников или имена полководцев (рис. 2).
- 2 Данная тенденция характерна для информированности жителей России не только об Отечественной войне, но и о практически любом историческом процессе, событии или деятеле – вне зависимости от эпохи или территории (например, опрос ВЦИОМ о дате начала Второй мировой войны, 2009, n=1600, рис. 3). Старшие поколения лучше знают даты и имена, однако эта информированность, как правило, поверхностна и не выходит за пределы школьного курса истории. Информированность младших поколений значительно ниже, однако в группах 15–18 и 18–30 лет выше вероятность встретить относительно глубокие, но дискретные исторические знания (знания деталей одного, отдельно взятого, события или персональной биографии).
- 3 По результатам репрезентативного опроса петербургских школьников 8-11 классов и студентов вузов 1–5-х курсов (СИ РАН, 2012–2013, n=1000 и n=400, соответственно), уровень исторических знаний, низкий в младших классах, повышается в связи с подготовкой к сдаче ЕГЭ, в том числе по истории. Информированность плавно повышается в 9–11-х классах. Однако уже у студентов, в том числе гуманитарных факультетов, наблюдается падение информированности (при высоком уровне декларированного интереса к истории) от 1-го к 5-му курсу. Иначе говоря, эффект «натаскивания» к школьному выпускному экзамену практически полностью исчезает уже к 3-му курсу, достигая минимума к моменту получения диплома о высшем образовании.
- 4 По данным всероссийских опросов ФОМ (июнь и сентябрь 2012 г., n=1500; 1997, n=1600, рис.4) и ВЦИОМ (сентябрь 2012, n=1600), отсутствуют изменения в информированности о войне 1812 г. за последние 10 лет у различных поколений: сохраняется тенденция большей информированности старших поколений по сравнению с младшими. Юбилейные мероприятия 2012 г. не повлияли ни на общую информированность, ни на осведомленность о каких-либо деталях, событиях или деятелях того периода. Напротив, сохранилась тенденция, сформировавшаяся еще в советский период: известность Кутузова и Наполеона, при неосведомленности о других деятелях (например, о других полководцах, кроме Кутузова, о том, кто был российским императором в тот период); осведомленность лишь об одном событии войны – Бородинской битве (при однозначной оценке ее как победы русских войск, к тому же решающей для исхода войны); практически полная неинформированность о событиях мировой истории, предшествовавших и последовавших за войной 1812 г. (например,

- наполеоновские войны, битва при Ватерлоо, Венский конгресс, французская реставрация и др.); литературные ассоциации с «Войной и миром» Толстого и «Бородиным» Лермонтова (т.е. произведениями, включенными в школьную программу по литературе).
- 5 Представления об исторических событиях практически полностью исчерпываются теми, которые были сформированы во время обучения в средней школе (курсы истории и литературы). Более того, представления об истории, присутствие тех или иных событий в исторической памяти в российском обществе определяются главным образом курсом истории, который преподавался в советской школе. Как по причине того, что бóльший интерес к истории и лучшую осведомленность демонстрируют старшие поколения; так и потому, что преподавание истории в большинстве российских школ мало изменилось по сравнению с советским периодом. Постсоветское двадцатилетие в целом и мероприятия юбилейного 2012 г. практически не повлияли на коллективную память о войне 1812 г.
 - 6 В интерпретации данных, относящихся к уровню исторических знаний, традиционно приводится аргумент о снижении качества преподавания истории в современной школе, в сравнении с советским периодом. При этом утверждается, что феномен низкой осведомленности и практически отсутствия в исторической памяти младших поколений, в сравнении со старшими, некоторых важных событий прошлого относится к современной ситуации в России.
 - 7 Данные, полученные в национальных опросах общественного мнения во Франции, проводившихся в юбилейные годы (например, Ipsos, 1995, n=1069, рис.5 и 6) свидетельствуют, что аналогичные тенденции характерны для Франции. Старшие поколения обладают бóльшими знаниями исторических фактов и дат, а в целом уровень исторических знаний снижается в последние годы. В интерпретации данных доминируют аналогичные российским объяснения: постоянное снижение качества преподавания истории в гимназиях и лицеях Франции в последние десятилетия.

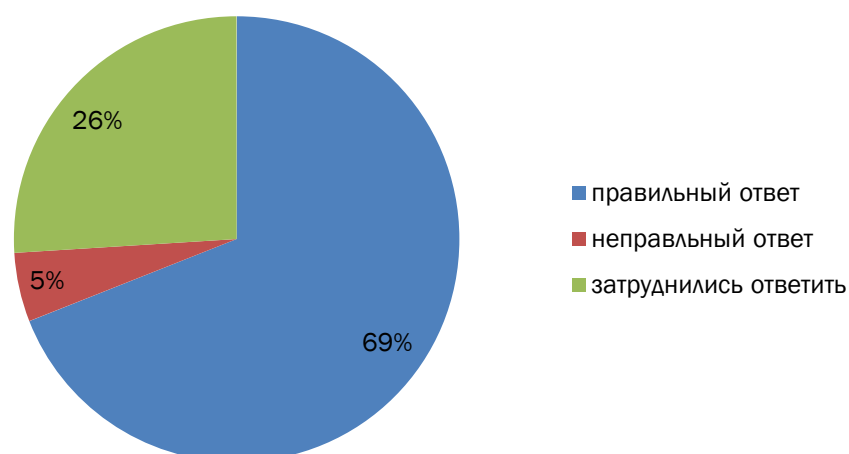


Рисунок 1 – В этом году отмечается 200-летие Отечественной войны 1812 г. Скажите, пожалуйста, с кем Россия воевала в 1812 г.?

Источник: ФОМ, июнь 2012, n=1500.

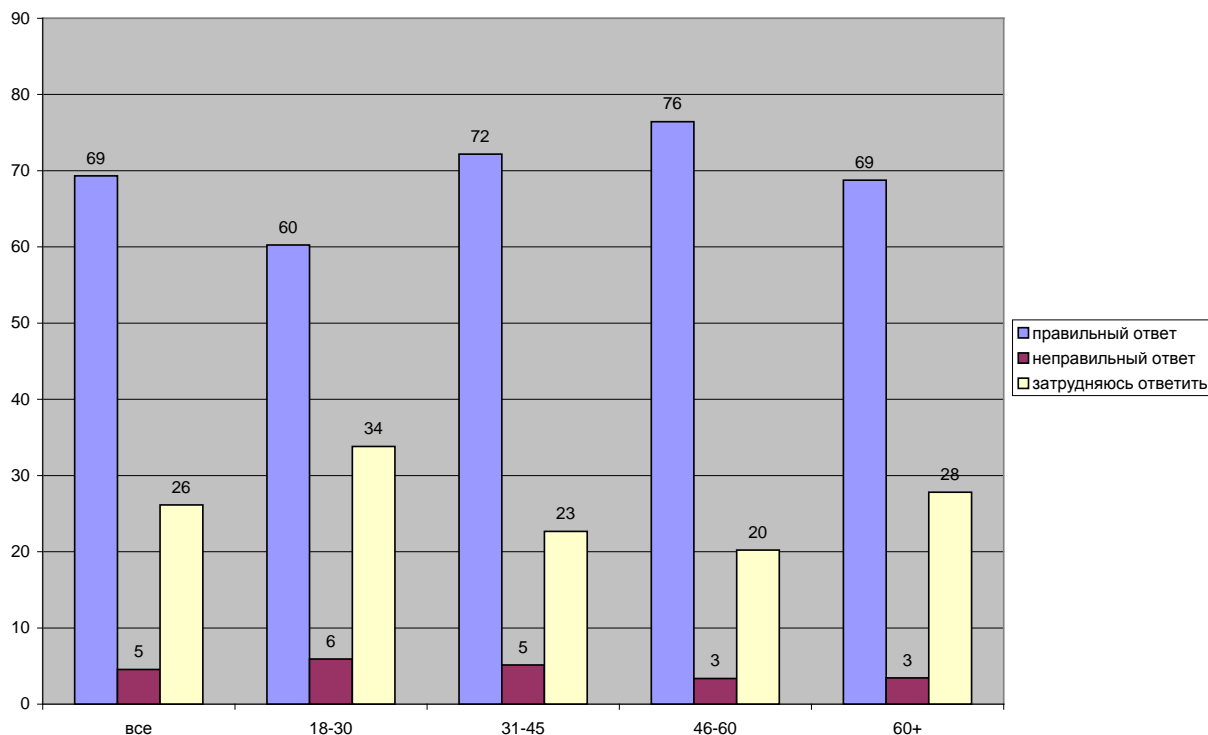


Рисунок 2 – В этом году отмечается 200-летие Отечественной войны 1812 г. Скажите, пожалуйста, с кем Россия воевала в 1812 г.
 Источник: ФОМ, июнь 2012, n=1500.

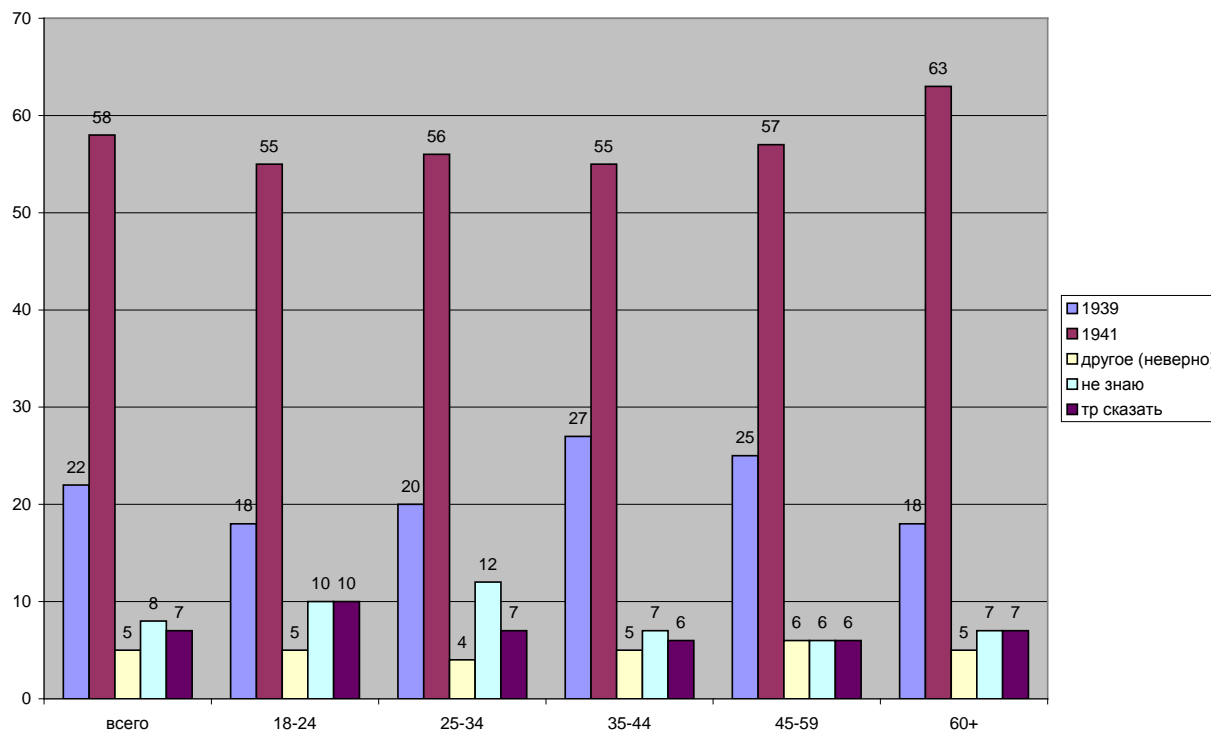


Рисунок 3 – Назовите, пожалуйста, дату начала Второй мировой войны (открытый вопрос)
 Источник: ВЦИОМ, 2009, n=1600

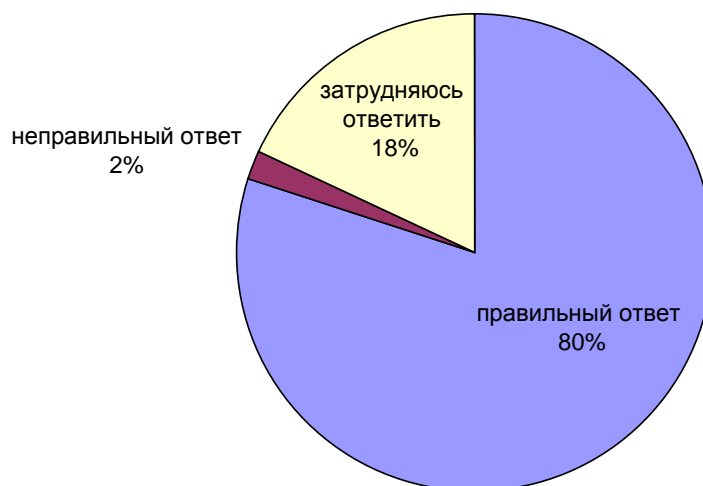


Рисунок 4 – Во время какой войны произошло Бородинское сражение?

Источник: ФОМ, 1997, n=1600

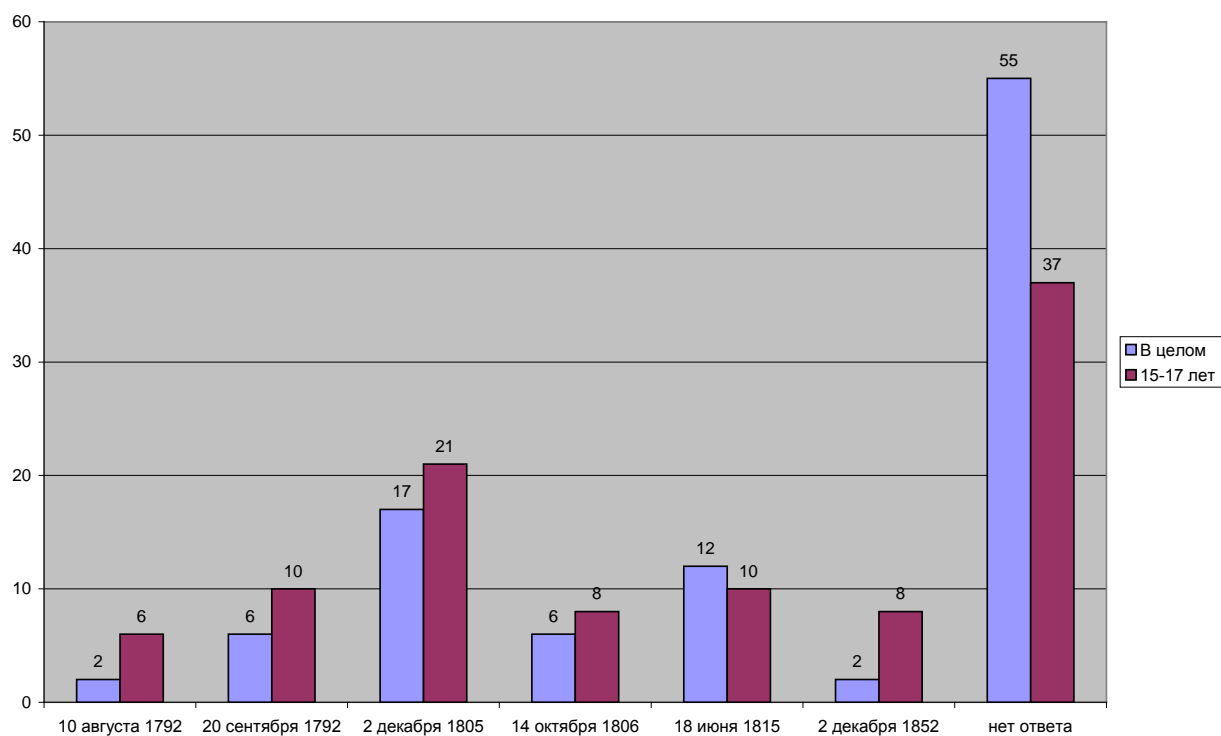


Рисунок 5 – Знаете ли Вы дату битвы при Аустерлице?

Источник: Ipsos France, 1995, n=1069

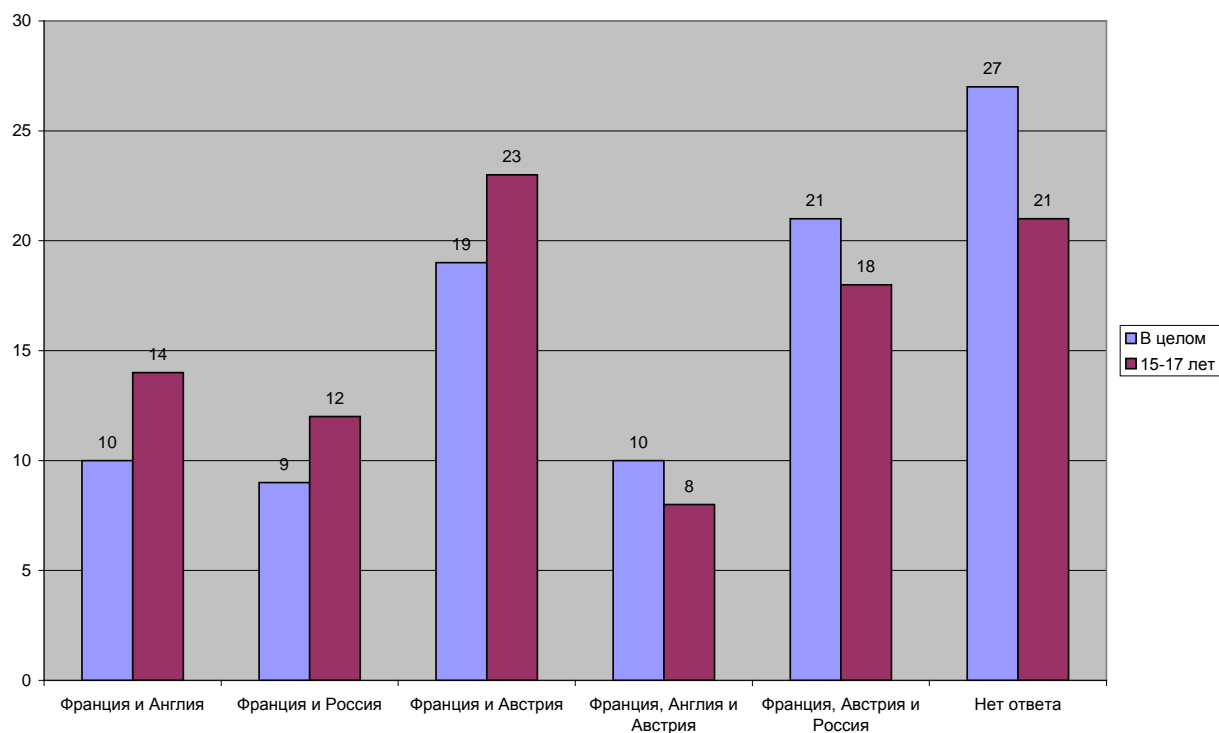


Рисунок 6 – Знаете ли Вы, какие страны участвовали в битве при Аустерлице?

Источник: Ipsos France, 1995, n=1069

Литература

- 1 База данных ФОМ. Материал от 6 сентября 2012 г. <http://fom.ru/Proshloe/10616>. Дата обращения: 2.02.2014
- 2 База данных ФОМ. Материал от 22 июня 2012 г. <http://fom.ru/Proshloe/10504>. Дата обращения: 2.02.2014
- 3 Ipsos France. Napoléon et nous. <http://www.ipsos.fr/ipsos-public-affairs/sondages/napoleon-et-nous>. Дата обращения: 2.02.2014/
- 4 База данных ВЦИОМ. 2.09.2012 http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=887&q_id=61636&date=02.09.2012. Дата обращения: 2.02.2014/
- 5 База данных ВЦИОМ. http://wciom.ru/zh/print_q.php?s_id=616&q_id=44520&date=23.08.2009. Дата обращения: 2.02.2014.

Л.И. Ромащенко

УКРАИНСКО-РОССИЙСКИЕ ОТНОШЕНИЯ В ЗЕРКАЛЕ СОЦИОЛОГИИ И ЛИТЕРАТУРЫ

РОМАЩЕНКО Людмила Ивановна – доктор филологических наук, профессор Черкасского национального университета им. Б. Хмельницкого. E-mail: lirom5@mail.ru

Одним из главных положений советской политико-идеологической доктрины был постулат о дружбе народов, проживающих во многонациональном государстве. Важная роль при этом отводилась русскому народу и русскому языку как средству межнационального общения. Эти положения реализовывались в различных сферах общественной жизни и прежде всего – культурной. Приведем

лишь один пример: в самой маленькой союзной республике Эстонии вышло 2200 книг, переведенных с языков Союза, а более 1000 книг эстонских авторов были изданы на 45 языках. Абсолютно естественно, что идеи братства, взаимопомощи воплощались в художественной литературе, публицистике.

К сожалению, реальность такова, что с распадом Советского Союза и образованием отдельных государств изменились политические и идеологические векторы, утрачены многие хорошие достижения. Стремление народов к независимости (исторически закономерный процесс) нередко сопровождалось национальной отчужденностью, поисками «врага» и даже межнациональными конфликтами. Из украинских книг, статей тщательным образом изымаются слова «дружба народов», «интернационализм» (последнее истолковывается как национальный нигилизм, манкуртизм). В большинстве изданий невозможно выразить симпатии к восточному соседнему государству, его культурному наследию (это угрожает обвинением в космополитизме). Активизация украиноцентричных и этносепаратистских процессов (национализм был возведен в ранг государственной политики) проявляется в разных сферах общественного бытия, даже культурно-языковой. Из языкового обращения вытесняются лексические и грамматические единицы, общие для украинского и русского языков (как якобы попытка противодействовать процессам русификации), используются разные варианты правописания, например орфографические нормы правописания 1928 г. (сохранившиеся в украинской диаспоре).

Один известный современный писатель в разговоре со мной утверждал, что была «так называемая «дружба народов» «показушная, чисто пропагандистская в «Империи зла», которая, совершая некие парадные зрелища в стиле этой «дружбы народов», фактически уничтожала и ассимилировала эти народы, имеющие несчастье попасть в те «братские» империалистические объятия...» А свою неблагосклонность к российскому объяснял тем, что всегда воспринимал его как «тьму кемерийскую».

Особенно чутко отреагировала на изменение идеологических и политических акцентов украинская литература, в частности историческая проза, отображающая общие страницы украинско-российской истории. Так, если недавно в общественной жизни, историографии, художественной литературе воспевался Переяславский договор и его инициаторы, осуждалась деятельность Выговского с его пропольской ориентацией и Мазепы, заключившего союз с шведами. В настоящее время ситуация в корне изменилась. Условия политической жизни в Украине детерминировали метаморфозы в трактовке исторических событий и деятельности исторических личностей. В произведениях все явственнее выступает оппозиция Украина – Россия (Московия). Писатели полемизируют с оценкой украинско-российских отношений советской историографией и литературой, предлагая противоположную по своей сути модель отношений украинцев с восточным соседом, активно переосмысливают значение Переяславского договора и его последствий, выискивают ему альтернативу.

По-иному интерпретируются исторические факты и XX в.: революция и гражданская война, Великая Отечественная война, советский период. Революционные события в Украине считаются инспирацией российских большевиков, демонизируется советское прошлое без учета его реальных достижений, девальвируется всемирно-историческое значение победы в Великой Отечественной войне. В западных регионах Украины воинов Советской Армии называют «оккупантами», а красное знамя Победы называют «оккупационной символикой» и запрещают использовать его даже в День Победы. Да и сам праздник под запретом (мол, следует отмечать День скорби). Зато героизируются коллаборационисты, воины ОУН-УПА, сотрудничавшие с гитлеровцами, им присваиваются наивысшие государственные звания, сооружаются памятники. Даже термин «Великая Отечественная война» предлагают изъять из нормативно-правовых актов Украины и учебной литературы как якобы искажающий историческую правду. Взамен предлагается название – Вторая мировая война.

Еще одной особенностью общественной жизни сегодня является культивирование жестокости, насилия (печатная продукция, фильмы, компьютерные игры и т.д.), закономерно порождающее

использование соответствующей, так сказать, «агрессивной» лексики. И эта агрессия отражается в публичных выступлениях деятелей различных рангов, СМИ, литературе. Не говоря уже об Интернете.

Прискорбно, что произведения пропагандирующие русофобию, ксенофобию, вообще агрессию удосуживаются высоких наград. К примеру, роман В. Шкляра «Черный ворон» (о борьбе украинских повстанцев против советской власти в 1920-е гг.), герои которого, убивая себе подобных, чувствуют наслаждение, подобное сексуальному (недаром выдающийся польский режиссер Ежи Гофман отказался экранизировать роман, трактуя его как «националистический», «антироссийский», ксенофобский), был выдвинут на самую высокую государственную литературную премию им. Тараса Шевченко. Престижная региональная (областная) литературная премия «Берег надежды» им. В. Симоненко присуждена Л. Даценко за книгу открыто русофобскую и антисемитскую – «И ангел с автоматом на плече». Против автора сборника стихов, разжигающих межнациональную рознь, возбудили уголовное дело, хотя доказать вину вряд ли удастся, – ведь автор недавно стал депутатом Верховной Рады, а значит – личностью неприкосновенной. В некоторых произведениях звучат открытые проклятия в адрес русского народа (дневники Шевченковского лауреата В. Захарченко). Конечно, есть и произведения другого плана, но их, к сожалению, меньше (Б. Олийнык, Б. Адамович, И. Кукурудза).

Как же обстоят дела с отношениями представителей двух народов в свете социологии? По данным социологического опроса Киевского международного института социологии и Левада-Центра, в Украине и в России большинство опрошенных хотели бы, чтобы обе страны были независимыми, но дружественными государствами – с открытыми границами, без виз и таможен. Более изолированных отношений между Украиной и Россией – с закрытыми границами, визами и таможнями – в России и в Украине хотят одинаково – 13% опрошенных. Объединения в единое государство в России желают 18% респондентов, в Украине – 16%.

Хорошее отношение украинцев к России продемонстрировали 85% (по опросу в сентябре 2012 г., этот показатель составил 83%). Также несколько уменьшилась плохо настроенных к России – с 11 до 8%. 7% опрошенных не смогли ответить на вопрос. Соответственно количество положительно настроенных к Украине в России составляет 74%, негативно – 18%, не смогли ответить на вопрос 10%.

Исследование было проведено с 8 по 17 февраля. Методом интервью опрошены 2032 респондента, проживающие во всех областях Украины (включительно с городом Киевом) и в АР Крым по стохастической выборке, репрезентативной для населения Украины в возрасте от 18 лет. Исследование Левада-Центра, репрезентативное для взрослого населения России, проводилось 18-21 января 2013 г. Опрошено 1601 респондент в возрасте от 18 лет в 127 населенных пунктах [1].

Украинско-российские отношения – процесс динамический, на него влияют идеологические, политические, экономические факторы. В связи с проблемами импорта украинских товаров в Россию украинцы резко изменили свою оценку украинско-русских отношений – на негативную. Об этом свидетельствуют результаты социологического исследования, проведенного в августе 2013 компанией Research & Branding Group. Так 42% украинцев оценили украинско-русские отношения как в целом напряженные, плохие, тогда как еще в апреле проходящего года такую оценку давали только 20% респондентов. При этом хорошими, добрососедскими отношения с Россией в августе назвали лишь 14% украинцев, тогда как в апреле таких было 42% (см.: 2).

В свете последних событий в Украине (так называемый Евромайдан), также возможны колебания в оценке украинско-российских отношений, но мы таковыми пока не располагаем.

Литература

- 1 Ставлення українців до Росії краще, ніж росіян до України – соціологи// Українська правда. 2013. 1 квіт.
- 2 Українці радикально змінили своє ставлення до Росії, – опитування//ЛІГА.Новости. – <http://news.liga.net/ua/news/politics/895785-ukra-nts-radikalno-zm-nili-svo-stavlennya-do-ros-opituvannya.htm>

Ю.Б. Савельев
ДЕТЕРМИНАНТЫ АКТИВНОЙ ГРАЖДАНСКОЙ ПОЗИЦИИ
В ЕВРОПЕЙСКИХ ОБЩЕСТВАХ

САВЕЛЬЕВ Юрий Борисович – кандидат философских наук, доцент, старший научный сотрудник факультета социологии Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. E-mail: yursave@yahoo.com

Модернизация является важной задачей для современных обществ. Она обеспечивает повышение способности людей в осуществлении ими выбора и, соответственно, улучшения качества жизни. По словам А. Сена, «расширение свободы» является целью развития общества и одновременно – средством на пути преодоления ограниченности выбора [1]. Однако это не означает только односторонний доступ социальных агентов к ресурсам и получения ими новых возможностей. Подлинная модернизация, направленная на наделение человека большей степенью свободы, сопровождается одновременным увеличением для современного человека «бремени» выбора и ответственности за него [2]. Модернизация также означает «расширение поля деятельности «социальных агентов [3]. Новые возможности для выбора и самореализации требуют от человека быть полноценным социальным агентом, который способен к действию, для чего человек должен обладать определенными качествами, умениями и занимать активную позицию по отношению к миру. Если в эпоху раннего модерна первоочередной задачей для различных социальных групп было получение политических, гражданских и социальных прав [4], то на современном этапе на первый план выходит желание и умение людей использовать свои права. В этом смысле активная гражданская позиция имеет две неразрывно связанные составляющие: во-первых – это институциональные возможности для активной позиции, когда людям предоставлены права (гражданские, политические и социальные), определенный уровень автономии и возможность выбора, во-вторых – это реальные практики действующих людей (агентов), основанные на их гражданских ценностях, взаимном доверии и солидарности, расчета на собственные силы, самостоятельности, ответственности, социальных навыках и достаточном уровне самоуправления.

Преыдушие исследования позволяют оценить существующие различия в уровне и соотношении различных типов и форм участия, являются проявлениями активной гражданской позиции [5–7]. Такая позиция проявляется в формах политического участи и взаимопомощи (волонтерской работе). Целью данного исследования является выявление детерминантов активной гражданской позиции в четырех европейских обществах: Германии, Польше, России и Украины. Поскольку ценностные изменения согласно модели Р. Инглхарта и К. Вельцеля является ключевым элементом процесса модернизации [8–10], это позволит более основательно оценить перспективы модернизации постсоветских обществ

Анализ проведен на данных 4-й (2008–2010 гг.) волны Европейского исследования ценностей (EVS) [11].

Результаты анализа при помощи мультиномиальной логистической регрессии свидетельствуют о том, что в Украине и Германии ценностные ориентации является фактором активной позиции в политической сфере. Изменение ценностных ориентаций от материалистических через смешанный тип к постматериалистических эмансипационных ценностей (по методологии Р. Инглхарта [9]) увеличивает соотношение шансов на участие или возможном участии в демонстрациях, даже если контролировать уровень дохода, образования, удовлетворенности жизнью, возраст и пол.

Во всех странах для политического участия значимым фактором является уровень образования: чем выше уровень образования, тем более вероятна политическая активность. Также следует обратить внимание, что для Украины характерна менее активная позиция женщин по сравнению с мужчинами. Это также наблюдается в определенной степени в Польше и России, но

совершенно нетипично для Германии. Это свидетельствует о патриархальности гендерных отношений в пост-социалистических обществах по сравнению с западноевропейской страной. Чрезвычайно интересным является тот факт, что в Украине, России и в Польше в отличие от Германии отсутствует связь между уровнем удовлетворенности жизнью и политической активностью.

Кроме политической активности весьма важны проявления гражданского и социального участия, которые измеряются через волонтерскую работу (добровольную помощь). Они свидетельствуют об уровне солидарности и кооперативного поведения в обществе и по этому показателю постсоциалистические страны значительно уступают западноевропейским [7]. Как показывает анализ с помощью бинарной логистической регрессии, ценностные ориентации не имеют существенного влияния на такое поведение ни в одной из стран, которые сравниваются, в частности, западноевропейской, если контролировать другие факторы.

Также стоит отметить, что среди стран, которые сравниваются, только в Германии значимым фактором предоставления добровольной помощи является уровень дохода. Большинство коэффициентов этого предиктора оказались статистически незначимыми так же для политической активности, в том числе, и для Германии. Это можно проинтерпретировать как то, что наличие материальных ресурсов не является решающим для формирования активной позиции в изучаемых странах при условии контроля других предикторов.

Сравнительный анализ показал, что детерминантом гражданской активности в четырех европейских обществах является уровень образования. Эмансипационные пост-материалистические ценностные ориентации и доход имеют менее существенное влияние. Таким образом, можно сделать вывод о познавательных ограничениях ресурсной и культурно-ценностной моделей для объяснения участия в данных европейских странах на индивидуальном уровне.

Литература

- 1 Сен А. Развитие как свобода / Амартия Сен / Перевод с англ. под ред. Р.М.Нуреева. – М.: Новое издательство, 2004. – С.16.
- 2 Бергер П. Понимание современности / П.Бергер // Социологические исследования. – 1990. – № 7. – С. 131 – 132.
- 3 Штомпка П. Социология социальных изменений / П.Штомпка / Пер. с англ. под ред. В.А.Ядова. – М.: Аспект Пресс, 1996. – С.52.
- 4 Marshall T. H. Citizenship and social class and other essays. Cambridge, Cambridge University Press, 1950.
- 5 Савельев Ю.Б. Участь як прояв соціального включення в процесі модернізації: Україна в європейському контексті (1999-2010 роки) // Український соціум. – 2013. – № 2. – С. 77-98.
- 6 Wallace C. Changing patterns of civil society in Europe and America 1995-2005. Is Eastern Europe Different? / C.Wallace, F.Pichler, C.Haerpfer // East European Politics and Societies. – 2012. – Vol. 26 – No.1. – P. 3-19.
- 7 Newton, K. Patterns of political and social participation in Europe / K.Newton, J. R.Montero // Measuring Attitudes Cross-Nationally: Lessons from the European Social Survey / Roger Jowell, Caroline Roberts, Rory Fitzgerald, Gillian Eva Editors. – London: Sage, 2007 – P. 205-238.
- 8 Welzel C. The theory of human development: A cross-cultural analysis / Welzel C., Inglehart R., Klingemann H-D. // European Journal of Political Research. – 2003. – Vol. 42. – P. 341-379.
- 9 Inglehart R. Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence / Ronald Inglehart and Christian Welzel. – Cambridge: Cambridge University Press, 2005. – 333p.
- 10 Савельев Ю.Б. Ціннісний вимір суспільного розвитку: суперечності змін цінностей в процесі модернізації // Проблеми розвитку соціологічної теорії: концептуалізація

ціннісних змін в сучасному суспільстві: Матеріали ІХ Всеукраїнської науково-практичної конференції, 2 листопада 2012 р., (м.Київ) / Київ. нац. ун-т ім. Т. Шевченка [та ін. ; під заг. ред. Судакова В.І., Куценко О.Д.] – К.: Логос, 2013. – С. 34 – 41.

- 11 EVS (2011). European Values Study 1981-2008, Longitudinal Data File. GESIS Data Archive, Cologne, Germany, ZA4804 Data File Version 2.0.0 (2011-12-30) DOI:10.4232/1.11005. [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://zcat.gesis.org/webview/index.jsp?object=http://zcat.gesis.org/obj/fCatalog/Catalog5>

А.А. Шабунова

**ЗДОРОВЬЕ МОЛОДЕЖИ: ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ И ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ
(ПО РЕЗУЛЬТАТАМ МЕЖДУНАРОДНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)**

ШАБУНОВА Александра Анатольевна – доктор экономических наук, замдиректора ИСЭРТ РАН, Вологда. E-mail: aas@vscc.ac.ru

Молодежь составляет 30% населения планеты, и именно она займет со временем ведущие позиции как в экономике и политике, так и в социальной и духовной сферах жизни общества.

Многочисленные исследования, проводимые среди молодежи в разных странах, в том числе и в России, позволяют сделать вывод о достаточно общих проблемах, с которыми сталкиваются молодые люди. В числе тем, заботящих новое поколение, немаловажное место занимает ценность здоровья. Однако здоровье и благополучие этой возрастной группы редко рассматриваются в сравнительных европейских исследованиях. Затруднительно и получение национальной медико-санитарной информации по данной возрастной группе. В тоже время не только в детстве, но и в период перехода от детства к взрослой жизни закладываются основы формирования здоровья с учетом социально-экономических, экологических, поведенческих и иных факторов.

Доступная информация раскрывает следующие тенденции, общие для молодежи в Европе [1]:

- Преждевременная смертность;
- Растет ожидаемая продолжительность предстоящей жизни в возрасте 15 лет (интегральный индикатор здоровья);
- Молодежь считает свое здоровье хорошим, тем не менее, около четверти населения в данной возрастной группе страдает психосоматическими заболеваниями;
- Увеличивается различия как между странами и внутри государств в социальной и культурной детерминантах здоровья.

Среди характеристик стиля жизни, заслуживают внимания следующие:

- Распространенность с курения;
- В молодом возрасте начинается регулярное употребление алкоголя;
- Значительная доля молодежи имеет не достаточную двигательную активность для поддержания здоровья.

В данной статье представлены некоторые результаты анализа самосохранительного поведения студенческой молодежи на базе международного мультидисциплинарного исследования здоровья студентов высших учебных заведений (на примере гуманитарных специальностей), проведенного в 2011 г. в Польше и России и Беларуси.

Выборку анкетного опроса составили студенты гуманитарных факультетов высших учебных заведений: 447 человек из г. Вологды и 200 студентов из Коломны, 214 студентов из Люблина и 500

человек из Минска. Анкетирование проводилось методом самозаполнение анкет, в присутствии интервьюера. Среди имеющих в потоке группа выбиралась случайным образом, затем анкетировались все студенты данной группы.

Ключевая особенность проведенного исследования состоит в том, что оно осуществлялось по единой методике, с использованием единого инструментария. Респонденты были идентичны по своим социально-демографическим характеристикам, они находились в сходной жизненной ситуации (процесс обучения, причем у всех – на гуманитарных факультетах вузов) и отвечали на одни и те же анкетные вопросы. Возможна вторая волна ориентировочно в 2014 г.

Обращаясь к результатам проведенного исследования, отметим, что большинство студентов (рис. 1) оценили свое здоровье как отличное и нормальное, лишь незначительная часть опрошенных указала на наличие хронических заболеваний.

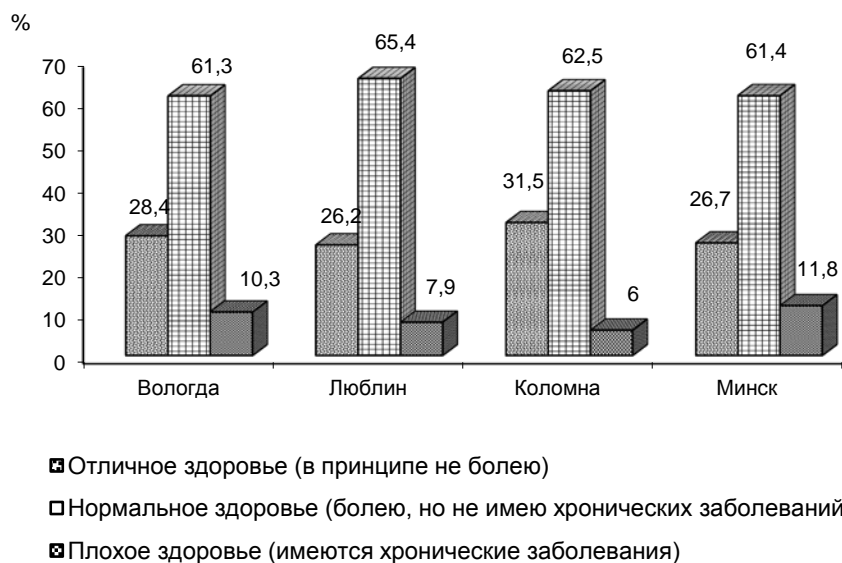


Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос: «Как Вы оцениваете состояние своего здоровья?» (в% от числа опрошенных)

Степень важности здоровья для каждого человека определяет его активность в отношении к собственному здоровью. Основываясь на этом, человек строит свое поведение. Самооценка выполняет двойную функцию – показателя и регулятора поведения. Существуют устойчивые корреляционные связи между самооценкой здоровья и ведущими факторами заботы о нем [2].

В проведенном исследовании 73% студентов считают здоровье важной ценностью в своей жизни, 87% осознают свою ответственность за поддержание здоровья, а 30% – полагают, что поскольку у них хорошее здоровье, то они могут о нем не заботиться.

Обладатели «отличного» здоровья не только «рады хорошему здоровью...», но и в большей степени, нежели другие группы соглашаются с формулировкой: «мое здоровье зависит от меня» (рис. 2). Сопоставление ценностных характеристик и самооценок состояния выявляет и группу беззаботной молодежи, которую заботиться о поддержании здоровья не побуждают даже имеющиеся хронические болезни.

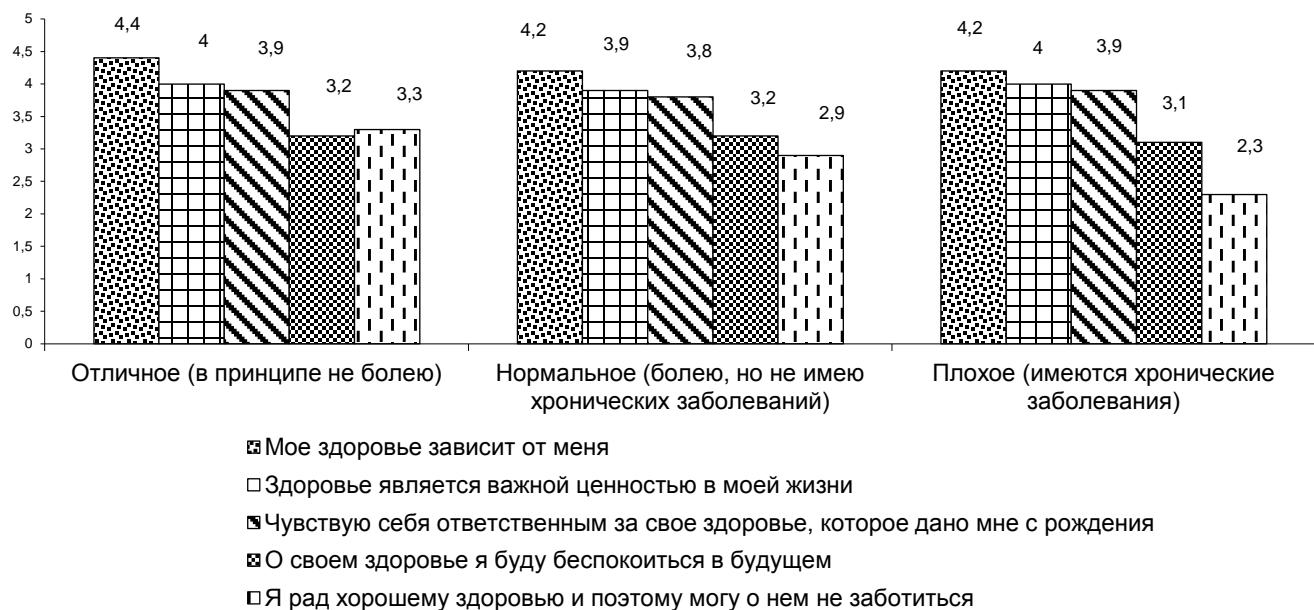


Рисунок 2 – Здоровьесберегающие установки студентов, отвечающих на вопрос: «Как Вы оцениваете состояние здоровья?» в баллах (средний балл по пятибальной шкале)

Определяя важные негативные факторы, влияющие на их здоровье, большинство студентов отметили, плохие экологические условия (75%; табл. 1). На этом единодушие в оценках факторов ограничилось.

Таблица 1 Распределение ответов на вопрос: «Перечислите факторы, которые негативно влияют на Ваше здоровье?» (в % от числа опрошенных)

Вариант ответа	Вологда	Коломна	Люблин	Минск	Среднее
Плохая экология	75,8	73,4	72,5	74,5	74,5
Условия домашнего быта (проживания)	9,8	8,0	22,9	12,7	12,7
Условия обучения	25,3	24,5	15,0	28,3	24,7
Нездоровый образ жизни (вредные привычки)	38,9	32,0	52,8	36,7	39,3
Другое	14,1	14,5	15,9	17,5	15,7

Молодежь в российских и белорусских вузах чаще, чем их сверстники в Польше отмечает воздействие условий обучения (25–28% и 15 соответственно). При этом усталость после учебных занятий почти всегда ощущают 11% вологодских и более 20% польских, белорусских и московских студентов и около 70% опрошенных – «иногда устают очень сильно» практически во всех точках обследования. Среди значимых факторов польские студенты чаще, чем все остальные выбирают наличие вредных привычек (53% и 39, 32, 37%); плохие бытовые условия (23% и 10, 8, 13%).

Зачастую люди имеют потребность в здоровье, однако она не осмыслена применительно к конкретным обстоятельствам, и не реализуется в его поведении в сфере здоровья [3]. Примеры остроты выделенной проблемы можно найти и в проведенном исследовании. Так, например, в среднем 24% студентов считают курение вредной привычкой, но при этом курят (23% – в Вологде, 30 – в Коломне, 34 – в Минске и 24 – в Люблине); 20% обследованной молодежи допускает потребление пива и других слабоалкогольных напитков даже без повода (15, 14, 20, 36% соответственно); 10% – употребляли наркотики один и более раз (6, 4, 9, 13% соответственно).

Несмотря на заметные различия в ценностных установках и представлениях о факторах, препятствующих сохранению здоровья поведенческие практики студентов во многом схожи. Среди активных действий, направленных на сбережение здоровья в вузовской среде в большей степени

распространены активный отдых на природе: каток, лыжи, футбол т.д. (64% – в Вологде, 65 – в Коломне, 58 – в Минске и 54 – в Люблине) и занятия спортом – около 40% молодежи. Значительно меньше удельный вес студентов выполняющих утреннюю гимнастику и посещающих тренажерные залы (в среднем 15 и 20% соответственно). При этом в Люблине доля посещающих тренажерные залы заметно меньше – лишь 8%.

Ценностные ориентации на долгую и здоровую жизнь выступают в качестве важного фактора, детерминирующего демографическое поведение и оказывающего влияние на продолжительность жизни человека. Анализ пролонгированных установок студентов в отношении здоровья показал, что приблизительно треть опрошенных полагает, что их здоровье будет лучше, чем у их бабушек и дедушек (рис. 3). При этом только 15-16% оценивают здоровье своих прародителей как хорошее и 1-2% – как отличное.

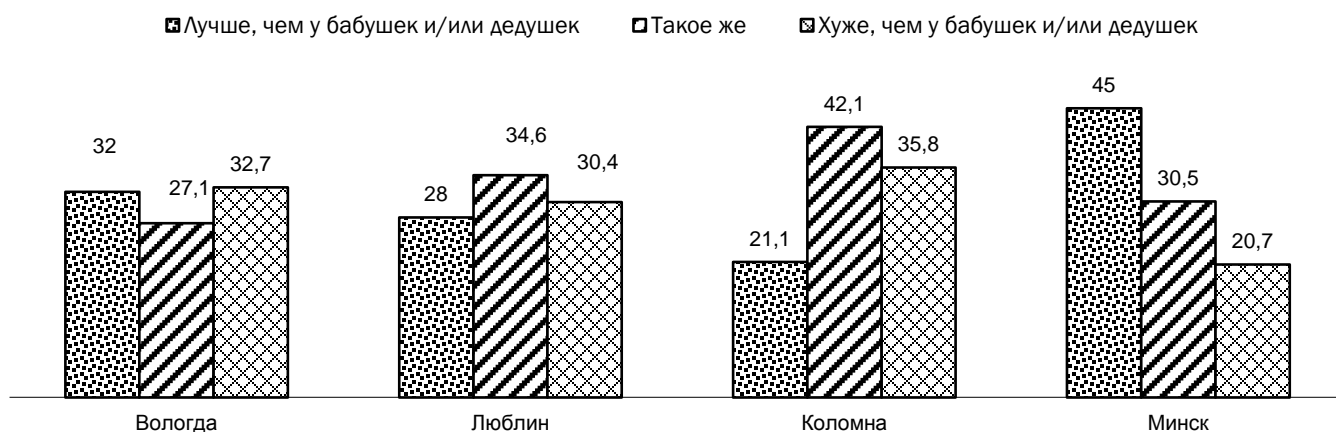


Рисунок 3 – Распределение ответов на вопрос: «Каким будет Ваше здоровье, когда Вы будете в возрасте Ваших бабушек и/или дедушек?» (в % от числа опрошенных)

Исследование выявило, что установка на здоровое долголетие сопряжена с осознанием собственной ответственности за здоровье. Чем более глубоко студенты осознают свою роль в сохранении здоровья, тем с большей вероятностью рассчитывают на то, что при достижении пенсионного возраста будут иметь здоровье лучше, чем их бабушки и дедушки на данный момент (рис. 4).

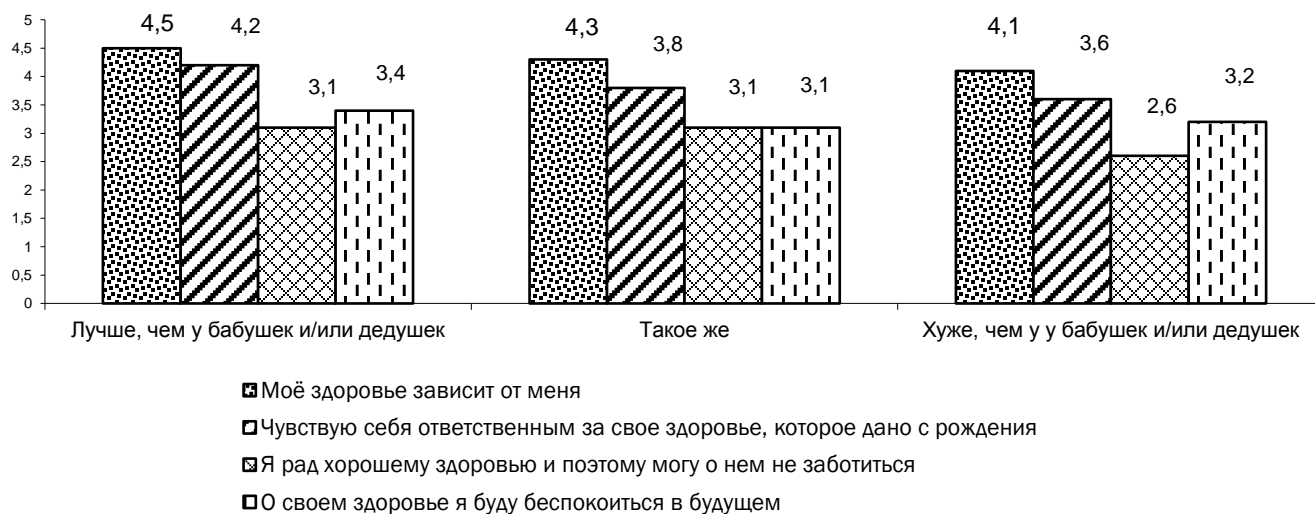


Рисунок 4 – Здоровьесберегающие установки студентов, отвечающих на вопрос: «Каким будет Ваше здоровье, когда Вы будете в возрасте Ваших бабушек и/или дедушек?» в баллах (средний бал по пятибальной шкале)

Подводя итог, отметим, что высокие ценностные установки на здоровье, не всегда подтверждаются личностной ответственностью за его поддержание, и активными действиями, направленными на улучшение физического и психологического самочувствия. Молодежь видит свое здоровье как нескончаемое благо, не задумываясь о том, что для его сохранения нужно прилагать определенные усилия с раннего возраста. В тоже время студенты имеют внутреннюю базу для развития самосохранительного поведения, в виде сформированной системы установок на здоровье, поэтому важно развивать механизмы, побуждающие и помогающие осуществлять здоровьесформирующие поведенческие практики.

Литература

- 1 Всемирный банк (2005). «Рано умирать...» Проблемы высокого уровня заболеваемости и преждевременной смертности от неинфекционных заболеваний и травм в Российской Федерации и пути их решения. Всемирный банк (2003): Показатели мирового развития. База данных «Здоровье для всех» (БД ЗДВ), Копенгаген, Европейское региональное бюро ВОЗ (январь 2012 г.). Молодежь в России. Обзор литературы. (Москва 2010); Евгения Латыш Вредные привычки: URL: <http://www.interfax.by/>. Доклад о состоянии здоровья молодых людей в Европе, Брюссель, Бельгия, 9–10 июля 2009 г.
- 2 Введенская, И.И. Самооценка здоровья как показатель самосохранительного поведения пожилых [Текст] // И.И. Введенская, Е.С. Введенская, Л.С. Шилова / Проблемы социальной гигиены, здравоохранение и история медицины. 1999. – №5. – С. 12–15.
- 3 Ковалева, А.А. Самосохранительное поведение населения: социологический анализ / Материалы докладов XV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» / Отв. ред. И.А. Алешковский, П.Н. Костылев, А.И. Андреев. – М.: Изд-во МГУ; СП МЫСЛЬ, 2008.

А.А. Широканова

СРАВНИТЕЛЬНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ МОРАЛИ В СТРАНАХ ВОСТОЧНОЙ ЕВРОПЫ (ПО МАТЕРИАЛАМ EVS И WVS)

ШИРОКАНОВА Анна Александровна – кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры социальной коммуникации факультета философии и социальных наук Белорусского государственного университета. E-mail: shirokanova@bsu.by

Коренные социальные изменения, произошедшие в странах восточной Европы с 1989 г., способствовали интенсивному и часто стихийному изменению ценностей и ценностных установок населения. Наиболее активно трансформировались ценностные установки, связанные с экономическим и трудовым поведением. Моральные взгляды также подверглись изменениям, хотя они представляют собой намного более инертную часть сознания. Хотя, как правило, существенные различия в морали свойственны разным поколениям, в ходе существенных ценностных трансформаций взгляды представителей всех поколений смещаются в определенном направлении [1, с. 143–172]. После падения коллективистской коммунистической идеологии основным направлением изменения моральных (и других) ценностных ориентаций стала индивидуализация как усиление роли индивидуальных интересов и решений (среди других трендов выделяется также коммодификация отношений [2]). Принято разделять различные значения индивидуализации: как освобождения от

исторически заданных социальных форм и традиционных обязательств; как утраты традиционной стабильности с точки зрения принятых норм, знания, веры; и как нового вида социальной интеграции, общего принципа действия [3, с. 189].

С методологической точки зрения, процесс индивидуализации складывается из трех измерений: эмансипации, дифференциации и концентрации на себе и собственных интересах. Данные составляющие процесса можно рассматривать на четырех уровнях: структурном, институциональном, культурном и индивидуальном [4, с. 83].

- Эмансипация подразумевает исчезновение традиционных структур социальности и связей, выходение индивидов из больших социальных групп и устойчивых структур. Со временем индивиды интернализируют потребность завоевания автономии и независимости в своих отношениях с коллективами.
- Дифференциация проявляется в виде стирания границ между классами. Индивид обретает статус субъекта социального действия, осознает свою неповторимость. Дифференциация осуществляется в различных системах, от образования, промышленности до спорта.
- Концентрация на себе связана с субъективизацией отношения индивида с миром. В господствующих нарративах растет внимание к индивидуальному видению реальности, к переживанию общественно значимых событий на уровне индивидуального восприятия. «Люди ищут свое Я, стремятся к самореализации, открытию «настоящего Я» [4, с. 86].

Хотя данная схема предполагает взаимодействие трех измерений индивидуализации, можно предположить, что каждое из них актуализируется в определенный период: эмансипация – в эпоху буржуазных революций, дифференциация – в XX в., концентрация на себе – со второй половины XX в. [4].

Цель данного исследования – проследить тенденции дифференциации в странах восточной Европы, участвовавших в Европейском исследовании ценностей начиная с 1990 г. Моральные ценности рассмотрим на примере установок к: гомосексуализму, аборту, разводу, эвтаназии, самоубийству и проституции. Все эти явления общественной жизни являются предметами острых этических дискуссий. В традиционной морали все они не одобряются. В современном обществе на фоне индивидуализации ценностей приоритетным становится индивидуально определяемое благосостояние индивида. При этом в современном индивидуализированном обществе можно ожидать одобрения явлений, ориентированных на ценность и качество жизни субъекта (гомосексуализм, развод, эвтаназия), а также тех, что способствуют субъективному благосостоянию индивида (гомосексуализм, аборт, развод, эвтаназия). Таким образом, можно ожидать, что при росте индивидуализма по западному образцу уровень резко негативной оценки этих явлений будет снижаться.

Для оценки явлений здесь используются два способа: сравнение средних и индекс Герфиндаля (HI). Поскольку оценки приемлемости варьировали от 1 до 10, более высокие значения средних свидетельствуют о большей «нормальности» данных явлений. Если массовый выбор «1» и «10» свидетельствует о выраженном отрицательном либо положительном отношении, то выбор «5» скорее характеризует индифферентность, неопределенность либо малую информированность респондентов о данном вопросе. В качестве второй меры используется индекс Герфиндаля [4, с. 98], определяющий степень равномерного распределения значений по шкале (чем ниже значение – тем равномернее распределены ответы) и изменяющийся, в данном случае, от 0,1 до 1. Результаты сравнения представлены в таблице 1.

Таблица 1 Динамика моральных оценок в Беларуси и России

Волна		1990		1994-1999 (WVS)		2008 (EVS)	
		Беларусь	Россия	Беларусь	Россия	Беларусь	Россия
Страна	Средн.	1,9	1,4	2,9	2,2	2,7	2,2
	НИ*	0,65	0,78	0,35	0,51	0,31	0,48
Гомосексуализм	Средн.	4,6	4,5	5,2	4,8	4,1	4,4
	НИ	0,16	0,17	0,12	0,16	0,14	0,16
Аборт	Средн.	5,0	4,8	6,1	5,2	5,6	5,3
	НИ	0,16	0,18	0,12	0,18	0,13	0,15
Развод	Средн.	4,5	3,6	5,4	5,6	4,9	4,3
	НИ	0,18	0,27	0,12	0,14	0,13	0,18
Эвтаназия	Средн.	2,8	2,2	2,7	2,1	2,5	2,1
	НИ	0,38	0,46	0,29	0,47	0,31	0,47
Суицид	Средн.	2,4	1,8	3,0	2,3	2,9	2,5
	НИ	0,50	0,61	0,27	0,40	0,23	0,36
Проституция		0,34	0,41	0,21	0,31	0,21	0,30
Средний НИ							

*Индекс Герфиндаля (НИ) [4]
Источник: wvsevsdb.com, расчеты автора.

Также обратим внимание на вопрос о существовании четких критериев добра и зла (табл. 2), поскольку эти категории резко смешались в связи с «концом» идеологий и необходимостью резкого перехода в течение жизни от коммунистической идеологии к демократической.

Таблица 2 Представления об абсолютности добра и зла в восточной Европе*

	Беларусь	Латвия	Литва	Россия	Украина	Эстония
1990	26	27	23	31	-	23
1996-1997	37	32	37	45	49	32
1999-2000	25	41	35	39	43	30
2008	24	25	27	29	42	24

*% респондентов, считающих, чт.е. абсолютные критерии добра и зла.
Источник: wvsevsdb.com.

Как видно из средних значений НИ (таблица 1, последняя строка), существенный скачок в дифференциации моральных взглядов произошел в середине 1990-х гг., тогда как различия между замерами 1999 и 2008 гг. намного менее радикальны. Последовательное увеличение дифференциации взглядов за 1990–2008 гг. произошло в отношении гомосексуализма и эвтаназии. Наиболее равномерно распределены взгляды в обществах России и Беларуси относительно аборта и развода. Интересно отметить, что неизменным осталось только отношение к суициду в России.

Анализ представлений о критериях добра и зла (табл. 2) также указывает на скачок радикализации в середине 1990-х гг., когда во всех странах существенно возрасла доля тех, кто считает критерии добра и зла абсолютными. Этот же период характеризовался развитием этнических конфликтов в регионе. Однако к 2008 г. по всем 6 странам восточной Европы наблюдается спад этого показателя к значениям 1990 г., что может свидетельствовать о завершении «аномального периода» [1, с. 146], сопровождавшего коллапс социально-политической системы.

Результатом данных изменений в моральных взглядах жителей восточной Европы является усиление индивидуализации в морали и дифференциации мнений относительно традиционно осуждаемых социальных явлений. Однако в этом процессе сохраняются существенные различия даже между культурно близкими странами.

Более детально исследовать данный вопрос позволит сравнение моральных ценностей личной жизни (рассмотренных выше) и общественной (уплата налогов, взятки и т.д.), а также поколенческий анализ моральных взглядов по странам восточной Европы.

Литература

- 1 Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. – М.: Новое издательство, 2011.
- 2 Swader C.S. Adaptation as 'selling out'? Capitalism and the commodification of values in post-communist Russia and Eastern Germany // Journal of International Relations and Development. – 2009. – Vol. 12. – P. 387-395.
- 3 Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну. – М.: Прогресс-Традиция, 2000.
- 4 Bokszański Z. Indywidualizm a zmiana społeczna: Polacy wobec nowoczesności – raport z badań. – Warszawa: PWN, 2007.

МОРАЛЬНЫЙ ПОРЯДОК И АГРЕССИЯ

А.Ю. Багина

НОРМАЛЬНО ЛИ «БЫТЬ КАК ВСЕ»? ИСПОЛНЕНИЕ ЗАПОВЕДЕЙ, ОТНОШЕНИЕ К СОСЕДАМ И ПРИМЕНЕНИЕ СИЛЫ (ОПРОСЫ РОССИЯН, ПРИХОЖАН И МИТИНГУЮЩИХ)

БАГРИНА Алина Юрьевна – кандидат политических наук, координатор некоммерческой исследовательской службы «Среда»; ab@sreda.org

1. На сессии под названием «**Моральный порядок и агрессия**» поднята важная, тревожная, но, возможно, довольно сложная для обсуждения тема. Почему? Вопросы «качества человеческого капитала» в РФ и его пост-перестроечная деградация не оставляют равнодушными ни общество, ни власть. Аномия, алкоголизация, аборты и падающая рождаемость, эмиграция, «утечка мозгов» и капиталов, наконец, беспрецедентно высокая в мире ранняя мужская смертность, – «ценный социальный ресурс» размывается на глазах. При этом то, что представляется утилизацией «человеческого капитала» для одних, – для других является духовностью и имеет отношение к чистоте помыслов. Одним не нравится разговор о прибыли, о доверии как о кредитной истории, о морали как о минимизации транзакционных издержек; другим не по себе от «духовных скреп» и страха Божьего. Сложнее с такими словами, как, например, «*нравственность*»: оно есть в тезаурусах с разных сторон, но смысл несет разный. Системы ценностей и понятия сталкиваются на уровне языка; **вольные и невольные подмены затрудняют экспертные коммуникации**. Общесоциальный и политический контекст дело не упрощает: всерьез воскрешать забытую в 19 веке науку *аретологию* оказывается чревато репутационными издержками для эксперта, вознамерившегося пройти между Сциллой разговора о трансценденталиях в секулярном дискурсе и Харибдой вертикальной государственной идеологической монополии на горизонталь гражданского общества (или наоборот). **Идеология, маскирующаяся аксиологией, – научно неблагодарная, но политически прибыльная тема**. Оценка вектора институциональной динамики в контексте «классического десекуляризационного режима» (в котором мы живем по мнению некоторых экспертов) оказывается гиперчувствительной к личным установкам эксперта, максимизируя антропный принцип, когда наблюдатель фактом наблюдения влияет на наблюдаемое. Этот принцип имеет высокий КПД в социологии, рикошетом возвращающий отформатированное видение общества в само общество (см. «формирующая социология»): «*ничего на зеркало пенять...*».

2. В условиях терминологической вязкости хотелось бы опираться на факты. Тема просторная, не очень проработанная, данные собирались стохастически. Поэтому, не претендуя на полноту освещения, в докладе **будут предложены некоторые тезисы на правах гипотез**, готовые стать объектами дальнейшей проверки и верификации.

Перед эмпирическими иллюстрациями, хотелось бы все-таки разобраться с несколькими понятиями. Например, **что такое «моральный порядок»?** Можно ли считать «моральным порядком» анархию или каннибализм? Ношение мужчинами при принятии договорных обязательств ритуальной петли на шее? Возможно, общественная мораль (*public moral*) это не столько содержание, сколько форма; **это особый тип коммуникации, обеспечивающий трансляцию авторитета**, а далее, работает этот тип коммуникаций или нет – означает, есть ли в обществе моральный порядок или его нет. Есть такой тип коммуникаций – есть в обществе моральный порядок, нет его – нет порядка, а что мораль конкретно в себе несет – соответствует цивилизационной логике исторического процесса. (Здесь коренится возможное принципиальное отличие морали от нравственности и от духовности, но сейчас речь не о них). В этом свете оказывается сложно судить, «*плохая мораль или хорошая*», но можно анализировать устойчивость общества, в котором она представлена. Кстати, если мы посмотрим на

само слово «мораль», оно происходит от лат. *moralis* – «мораль сей басни такова..» и означает наличие внешних образцов поведения, подражания. Другой смысл стоит за – казалось бы – эквивалентным понятием в др.-греч.: «этика», *ethos*, – адресующимся прежде всего к внутреннему критерию разделения добра и зла. К слову о словах: в российской культуре, сформированной под византийским влиянием, полнокровнее оказываются «греческие» смыслы, а не «латинские».

3. Возможными эвристическими критериями внешней оценки наличия морального порядка в обществе могут быть следующие: (1) моральная статистика; (2) демографическая ситуация; (3) уровень агрессии, внутренней, к «своим» и внешней, «к чужим»; (4) управляемость общества (интегральный индикатор). В настоящее время в России и моральная статистика, и демография, и управляемость общества вызывают вопросы. Это позволяет предположить, что **«мораль как тип коммуникации» не работает; образцы поведения не транслируются. Причина – разрыв в преемственности как образовательных, так и воспитательных социальных практик.** С перестройкой государство самоустранилось «от воспитания граждан», советская семья (в отличие, например, от североамериканской) этим навыком не владела, семейные традиции вырезались в буквальном смысле слова. Сегодня в РФ «моральное сообщение» не транслируется от поколения к поколению. Моральный опыт приходит к человеку с возрастом и повлиять на демографическую ситуацию не успевают. (Кстати, с моральной статистикой, с демографией и с управляемостью общества было неплохо в нацистской Германии; агрессия была высокой и управляемой; было ли это общество «моральным»? Было ли оно «нравственным»?)

4. Начиная с 1990-х гг. де-факто основными моральными регуляторами и **трансляторами образцов поведения в постсоветском обществе оказываются СМИ.** Рыночная рациональность редуцирует психологию потенциальных потребителей к этологии, диктуя новый, «нетрадиционный» список добродетелей («*new normal*»). Можно предположить рост в постсоветской России аномии как результат отторжения населением ценностей потребительского общества, «литургии супермаркета». В последнее время рыночная идеология вступила в конфликт с провозглашаемой политикой национальных интересов, что в контексте высокого запроса на модернизацию может вести к изоляционизму. Медиа-конфликты последнего времени иллюстрируют этот процесс. Не исключено, что **в контексте взвешенной государственной культурной политики востребованной окажется цензура.** Известна экспертная оценка российского политического режима нулевых как телережима (Олимпиада в Сочи – яркий последний национальный «теле-проект»); однако **Интернет** затрудняет построение медиа-управляемого общества. В обсуждаемом контексте, важное свойство Интернета – затрудненность, невозможность цензуры. Интернет – естественный носитель культуры постмодернити. Насколько он способен укреплять моральный порядок, какой будет «Интернет-мораль»?

5. В ходе всероссийских репрезентативных опросов, заказываемых службой «Среда» у Фонда «Общественное Мнение», в 2012 г. респондентов спросили, согласны ли они с утверждением о том, что **«Быть нормальным человеком – это значит быть таким же, как окружающие».** Согласных оказалось 39%, не согласных – 49%. Чаше согласны: пенсионеры, сельчане и люди, доверяющие В.В.Путину. Пик согласия: среди мусульман. Не согласны – «ресурсная элита»: молодежь, высшее образование, руководители. **Пик несогласия – Интернет-аудитории.** Интернет – он «другой».

6. Игра **«Внутреннее гражданство»**, которую служба Среда сделала по открытым данным *European Value Survey* и запустила в 2012 г., принесла нам **3 млн анкет рунет-респондентов**, рассказавших о своих ценностных убеждениях. В числе многих находок можно отметить, что обитатели Рунета меньше, чем россияне в целом, доверяют общественным институтам и Церкви. (Правительству, по данным EVS, доверяют 60% офлайн и 20% онлайн-россиян, армии – 73 и 43% соответственно, церкви – 67 и 34%). Рунет-россияне реже гордятся тем, что являются гражданами своей страны (59 против 91%). Наиболее же недоверчивыми к общественным институтам оказываются рунет-россияне с высшим образованием. Что интересно в свете обсуждаемой темы, при недоверии к институтам, **рунет демонстрирует высокий уровень доверия к окружающим людям (60%),** близкий к аналогичным показателям Финляндии, Швейцарии и Нидерландов. В то же время среди россиян в целом, по данным EVS, окружающим доверяют лишь 29%. Далее, рунет-россияне оказываются парадоксальны

по своим ценностным ориентирам: они одновременно и более «либеральны», и более «консервативны», чем россияне в целом. Так, «рунетовцы» чаще считают, что аборт может быть оправдан, они терпимее относятся к гомосексуалистам, чаще допускают совместную жизнь без брака, но при этом в три (!) раза чаще говорят о необходимости религиозного воспитания детей (14% по России и 40% в Рунете соглашаются с тем, что «детям важно научиться в семье вере и получить религиозное воспитание»). По показателям веры в Бога и важности Бога в жизни рунет не отличается от россиян в целом (60% говорят о важности Бога в жизни, 70 и 77% говорят о вере в Бога). Очевидно, в рунете мы имеем дело с несколькими достаточно неоднородными субкультурами («облаками»); нужен более тщательный анализ данных. Возможно, включается феномен «пластичной идентичности», – быстрая смена социальных ролей приводит к чередованию установок («в семье я один, на работе другой, в ФБ третий, вКонтакте четвертый.. и т.п.») Как это сказывается на моральном порядке, на этическом центре тяжести индивида? Вопрос, на который хотелось бы обратить внимание экспертов.

7. О высоком личном доверии нам говорят не только в Интернете, но при всех опросах, проводимых внутри субкультур (митинги, приходы, общественные акции), – особенно это заметно, когда опрашивают «свои», т.е. когда интервьюер является носителем той же идентичности, что и респондент. Возможно, мы имеем дело с **низким доверием к институтам в России и с высоким субкультурным межличностным доверием, закрытым для «чужака с анекдотом»:** ситуация классических полевых количественных проектов, типичных для всероссийских выборов.

8. Из числа других уместных эмпирических иллюстраций, хотелось бы упомянуть «**испытание соседями**» (всероссийский опрос, подробнее см. <http://sreda.org/opros/37-ispytanie-sosednyami-s-kem-rossiyane-ne-hotyat-zhit-ryadom-2>) В целом, **россияне показали высокий уровень терпимости** к соседству с представителями маргинальных групп. Индекс «терпимости» продемонстрировал: женщины заметно терпимее мужчин, также заметно терпимей среднего по России – не русские, мусульмане, люди с образованием ниже среднего, бездетные россияне старше 40-ка лет. Напротив, нетерпимы: руководители, военные, «оппозиционеры» (люди, недовольные политическим порядком). Случилась и парадоксальная находка: **максимальную нетерпимость из всех групп показали респонденты.. соблюдающие наибольшее число заповедей.** Напротив, лидеры по терпимости к соседям – те, кто, напротив, чаще других признавался в несоблюдении заповедей. Впору вспомнить «*притчу о мытаре и фарисее*».

9. **Межэтническая и межконфессиональная терпимость** были отличительными чертами Российской Империи. Сегодня межэтническая терпимость подверглась серьезному вызову со стороны глобального феномена, **потоков трудовых мигрантов.** Экономический протест конвертируется в межнациональную рознь, социальную напряженность, в культурный фундаментализм коренного населения. Сейчас в России данные по длинным замерам показывают более-менее стабильную межконфессиональную ситуацию, однако межэтническая напряженность растет. По данным АРЕНЫ (опрос службы «Среда», 56 900 респондентов, поле: ГеоРейтинг ФОМ), с настороженностью к трудовым мигрантам относится 20% россиян, чаще других это жители городов-миллионников и россияне, которые «могли бы начать собственное дело, иметь свой бизнес». С другой стороны, проводимые нами опросы самих мигрантов показали, что их наибольший страх – растворение их детей в культуре-реципиенте. Они планируют сохранять свою культурную и религиозную идентичность, при этом **в существовании «морального порядка» им нельзя отказать:** например, традиционные ценности сильны в субкультурах московских трудовых мигрантов.

10. В 2011–2012 гг. мы все наблюдали интереснейший феномен: **митинги оппозиции.** Службе «Среда» посчастливилось успеть провести ценностно ориентированные опросы на четырех московских митингах (800 опрошенных). Представляется, что этот феномен до конца не был проанализирован, достаточные уроки не были вынесены ни обществом, ни экспертами, ни представителями власти. Очевидно, что имел место **этический конфликт: столкновение разных ценностных систем** («субкультура политического истеблишмента», «гражданская городская субкультура»). Вытеснение митингующих в эмиграцию, во внутреннее или внешнее бегство, потенциально дестабилизирует не только аксиологическую, но и территориальную национальную целостность, запускает центробежность вместо

имевшей место до этих митингов гражданской центростремительности. В свете сегодняшней темы и обращения к агрессии в связи с «моральным порядком», одна находка из проведенных опросов представляется достаточно интересной. Митингующих просили перечислить их основные ценности. Другой вопрос касался прогноза степени их дальнейшего протеста. О намерении в дальнейшем «жить частной жизнью» говорили одновременно с упоминанием «здоровья и материального благополучия». О «сетевой активности, повторных выходах на митинги и о стремлении содействовать легитимации политического протеста» говорили одновременно с такими ценностями, как «семья, друзья, Родина». **О максимальной степени протеста** («..готов оказывать физическое сопротивление властям», «готов к уходу в политическое подполье») **чаще говорили митингующие, ценности которых – высокие, но несколько абстрактные: «мир, творчество, ответственность, доброта, духовность».**

11. В постсекулярном мире с падающей рождаемостью **религия – основная демографическая надежда.** Действительно, стоит ли заботиться о каналах трансляции морали, если транслировать – некому? В постиндустриальных странах в религиозных семьях детей больше, и это не зависит от материального уровня семьи (данные доказаны для многих стран, для России эту зависимость также подтвердило упомянутое исследование службы «Среда» АРЕНА). Религия однозначно способствует улучшению показателей моральной статистики. Как религия соотносится с управляемостью общества? Сложно сказать. **Как соотносится религия с агрессией?** Теоретически, если религия представляет собой закрытую субкультуру, она может иметь достаточно высокий «перепад потенциалов» на своей границе и быть в силу разных исторических обстоятельств достаточно агрессивной к «иным», «инкомыслящим» и «инаковерящим», С другой стороны, религия как открытая система (которой принципиально является христианство), напротив, «выравнивает потенциалы», понижая агрессию. Так ли это на практике? Можно попытаться найти ответ в проводимых службой «Среда» **опросах прихожан московских храмов.** В ходе опроса надо было выбрать одно из утверждений: «Моя православная вера неотделима от России, от моего российского гражданства» или «Моя православная вера и мое гражданство – это две разные вещи». Интересно, что затруднившихся с ответом почти не было, мнения разделились пополам. Выбор другого утверждения на приходскую активность не влиял. Зато заметно отличаются социально-демографические характеристики и уровень агрессии к «иным». **«Православные россияне»:** чаще женщины, менее образованные, говорят, что «приходы должно содержать государство». Электронные документы – кощунство. Их религиозные чувства оскорбить проще. За богохульство надо наказывать, и строго, тюремное заключение, – считают они. **«Православные христиане»:** моложе и более социальные. Приход надо содержать самим прихожанам. А богохульствующих – зачем их наказывать, их пожалеть надо. В два раза чаще в сравнении с «православными россиянами» они говорят о том, что их религиозные чувства «ничего не может оскорбить».

12. Эмпирически наблюдаемое содержание «морального порядка» – это **исполнение заповедей Божиих.** Мы перевели по возможности десять заповедей Ветхого Завета на современный не религиозный язык и провели очередной всероссийский опрос. Находки дали нам стартовую точку для дальнейшего мониторинга. В целом, заповеди исполняются достаточно слабо. Самая популярная заповедь – о вере в единого Бога (57%) и об уважении к родителям (54%), самая не популярная – о посвящении Богу одного дня в неделю (4%) и об отсутствии лжи (14%). Среди православных по самоидентификации исполнение заповедей примерно соответствует среднему по России. Зато заметно чаще по заповедям живут **посещающие православные службы.** Что удивительно: также «жизнь по заповедям» более свойственна **граждански активным россиянам.** Напротив, реже других заповеди соблюдают те, кто говорит о том, что «хотел бы уехать из России». Еще одна группа «живущих по заповедям» – это **«работающие пенсионеры»**, духовный капитал нации. (Который мы стыдливо прячем, – «основная добродетель старых людей», – по мнению рунета, – «незаметность»)

Подводя итог вышесказанному, хотелось бы обратить внимание, что **востребованность поиска нового морального порядка в современной России открывает вопросы как его «формы», так и «содержания».** Каналы постмаркетинговой трансляции морального порядка в условиях открытых секулярных систем еще предстоит создавать (это задача стоит не только перед Россией). **Содержание морального порядка – вопрос, имеющей отношение скорее к феноменологии, чем к социологии, но**

изучение «практик жизненного бытия» и специфики исторического пути конкретного общества может дать немало ценных подсказок. Например, в случае России, мы видим потенциал для мирного сосуществования представителей разных *моральных порядков*, внимание к «другому»; однако при этом, конфликтогенность сосуществования нескольких разных *этических систем*; доверие к личности при недоверии к институтам; положительную связь гражданской активности и христианских норм поведения; важность реабилитации институтов образования и воспитания; *большую* практическую ответственность в случае конкретности, воплощенности ценностных установок и, напротив, потенциальную агрессивность абстрактных идеалов. Помимо этого, **возможно, мы видим несколько искаженную картину российского общества и его духовного капитала, когда опираемся на инструментальную оптику из арсенала позитивных наук XIX–XX вв.** Без создания органического, аутентичного, не боящегося традиции понятийного пространства разговор о морали в России будет механическим, инструментально-аппаратным, увязающим в ухабах бесконечных дорог.

Н.Л. Балич

ВЕКТОРНАЯ МОДЕЛЬ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ И МОРАЛЬНЫЙ ПОРЯДОК СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА

БАЛИЧ Наталья Леонидовна – кандидат социологических наук, старший научный сотрудник ГНУ «Институт социологии НАН Беларуси». E-mail: nlrMinsk@mail.ru

Современный мир характеризуется многообразием различных культур и моральных установок, что приводит к неоднородности и противоречивости понимания морали в глобальном масштабе.

В рамках конкретного общества мораль ориентируется на идеал такого порядка, который предполагает единство взглядов, действий и убеждений и основывается на этических принципах отношений между людьми.

Единство действий предполагает сплоченность, чувство ответственности и обязанности членов общества друг перед другом, согласованность действий и взаимную помощь в случае особых обстоятельств или совместного труда. Такие действия реализуются во взаимосвязи с единством убеждений людей.

Сегодня невозможно заставить всех думать, желать и оценивать мир одинаково. Это означает, что существуют разные суждения и мнения, с которыми необходимо жить в согласии.

Абсолютные моральные системы (высший моральный образец), которые не могут быть реализованы в полной мере в современном обществе, являются утопизмом. Такие системы (религиозная мораль, единство официальной и неофициальной морали, целесообразность и нравственность, единство общественного мнения и совести) могут существовать в качестве этического идеала и частично воспроизводиться в поступках людей.

Особенность морали заключается в том, что она основана на ценностях, которые определяют предпочтения людей, исходящих из своих целей и идеалов. Поэтому изучение современного общества приводит к осознанию необходимости сосредоточить внимание на анализе социальных и культурных пространств, определяющих формирование ценностей.

Общие представления о системе разделяемых ценностей применительно к различным социальным группам модифицируются в зависимости от мировоззренческих ориентиров их представителей.

Для изучения ценностных установок, разделяемых рядовыми белорусами, были использованы данные республиканского мониторинга, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси в ноябре 2013 г. (закрытый вопрос, объем выборки – 2099 чел.).

Индикатором выявления ценностных ориентаций был ответ респондентов на вопрос «*Ради чего Вы живете?*». Из 21 ценности было предложено выделить пять, которые являются, по их мнению, наиболее значимыми.

Многомерный факторный анализ выявил в структуре наблюдаемых переменных 7 ценностных векторов: семейный, развития, властный, самореализации, эмоциональный, материального достатка, гражданственности, среди которых биополярностью характеризуются векторы 1 и 6 (табл. 1).

Таблица 1. Структура ценностей по данным факторного анализа

Ценности	Вектор						
	1 семейный	2 развития	3 властный	4 самореализации	5 эмоциональный	6 материального достатка	7 гражданственности
Дети	,697						
Семья	,680						
Здоровье	,556						
Возможность получать любые удовольствия, развлекаться	-,488				,416		
Самореализация		,617					
Знания, познание мира, людей, образование		,573					
Интересная работа, профессия		,569					
Власть			,741				
Богатство, большие деньги			,657				
Карьера, высокое положение в обществе			,508				
Душевный покой, комфорт				,628			
Самоуважение				,532			
Свобода как независимость поступков, суждений				,505			
Творчество				,415			
Дружба					,686		
Любовь					,570		
Материально обеспеченная жизнь						,687	
Вера						-,478	
Долг перед Родиной							,676
Общественное признание, известность, репутация							,489
Помощь людям							,438

Для дальнейшего анализа респонденты были дифференцированы по следующим социально-демографическим характеристикам: пол, возраст, регион проживания. Сравнительный анализ двух и более групп проведен с помощью непараметрического критерия U-Манна-Уитни.

Были выявлены статистические различия:

- между мужчинами и женщинами в следующих векторах: семейный, развития ($p \leq 0,05$), материального достатка ($p \leq 0,01$);
- между возрастными группами: до 30 лет и 30–49: семейный ($p \leq 0,01$), развития ($p \leq 0,01$), властный ($p \leq 0,05$), самореализации ($p \leq 0,01$), эмоциональный ($p \leq 0,01$);
- между младшей (до 30 лет) и старшей (от 50 и выше) возрастными группами в следующих векторах: развития ($p \leq 0,01$), властный ($p \leq 0,01$), самореализации ($p \leq 0,05$), эмоциональный ($p \leq 0,01$), материальной обеспеченности ($p \leq 0,01$);

- между городским и сельским населением в следующих векторах: развития ($p \leq 0,01$), эмоциональный ($p \leq 0,05$), материального достатка ($p \leq 0,01$), гражданственности ($p \leq 0,05$).

Полученные результаты свидетельствуют о значимости семейного фактора для женщин и его слабой выраженности у мужчин. Ценности самореализация, знание, познание мира, людей, образование, а также интересная работа, профессия (образующие вектор развития) сильнее выражены у мужчин, чем у женщин.

Сравнительный анализ ценностных ориентаций в трех возрастных группах выявил, что семейный вектор, а также векторы самореализации и гражданственности слабо выражены в младшей возрастной группе (до 30 лет). Однако вектора развития, власти, эмоциональный и материального достатка выражены больше, чем в других группах.

В возрастной группе 30–49 лет не выражен вектор власти и гражданственности. В то же время происходит изменение ориентаций на семью и здоровье, как значимые ценности. Векторы развития, эмоциональный и материального достатка имеют значение, однако выражены не так сильно, как в группе до 30 лет.

В старшей возрастной группе (от 50 лет и старше) векторы развития, власти, эмоциональный и материального достатка противопоставляются вере, гражданственности, самореализации. Отмечается снижение выраженности семейного вектора (по сравнению с возрастной группой 30–49 лет).

Ценностные предпочтения городского населения имеют существенные отличия от ценностей сельчан. Так, у горожан сильнее выражен вектор развития, личностно-эмоциональный, а также вектор материальной обеспеченности. Жители сел больше ориентированы на следующие ценности: долг перед Родиной, общественное признание, известность, репутация и помощь людям, образующие вектор гражданственности.

В каждой группе выделяются ценности, универсально значимые и не значимые для всех. Разумеется, данные значения усредненные и могут иметь некоторые отличия по степени выраженности у отдельных представителей. Исследование выявило наличие взаимосвязей между системой жизненных ценностей и социально-демографическими характеристиками: полом, возрастом, местом проживания.

Помимо декларируемых ценностей, о которых говорят и которые демонстрируют окружающим, существуют базовые ценности человека, организующие его жизнь, что неизбежно приводит к формированию многослойных противоречивых ценностных систем, в которых декларируемое (определяющее престиж группы, нации или общества) расходится с действительностью. Поэтому ценностные приоритеты современного человека не всегда опираются на абсолютные нормы, а реализуются (согласно идее М. Вебера) посредством практического ориентирования своей жизнедеятельности, что определяет формирование личностных качеств, необходимых для успешной социальной адаптации. Это подтверждают данные исследования, посвященного проблемам культуры, проведенного Институтом социологии НАН Беларуси в июле-августе 2013 г. (объем выборки – 1589 чел.). Участникам опроса предлагалось обозначить личностные качества, которые помогают им в повседневной жизни. Для изучения особенностей, присущих верующим и атеистам, респонденты были дифференцированы на указанные группы. Это позволило выявить общность и разность ценностей, занимающих наиболее высокие и низкие (по частоте выделения) позиции. Среди 5 часто выделяемых качеств верующие называют верность (56,5%), трудолюбие (45,9%), властность (42,3%), достоинство (41,0%) и вежливость (39,1%); атеисты – верность (41,9%), властность (39,5%), трудолюбие (31,5%), достоинство (29,5%) и самолюбие (26,9%). Также выявлена общность и разность позиций по личностным качествам, которые (по мнению респондентов) помогают меньше других. К их числу верующие отнесли терпимость (16,3%), самоуверенность (10,8%), самолюбие (9,2%), ответственность (4,1%) и честность (1,9%); атеисты – ответственность (10,6%), человеколюбие (10,5%), смелость и

мужество (10,3%), терпимость (7,0%) и честность (3,6%). Распределение данных в двух группах приведено на рис.1.

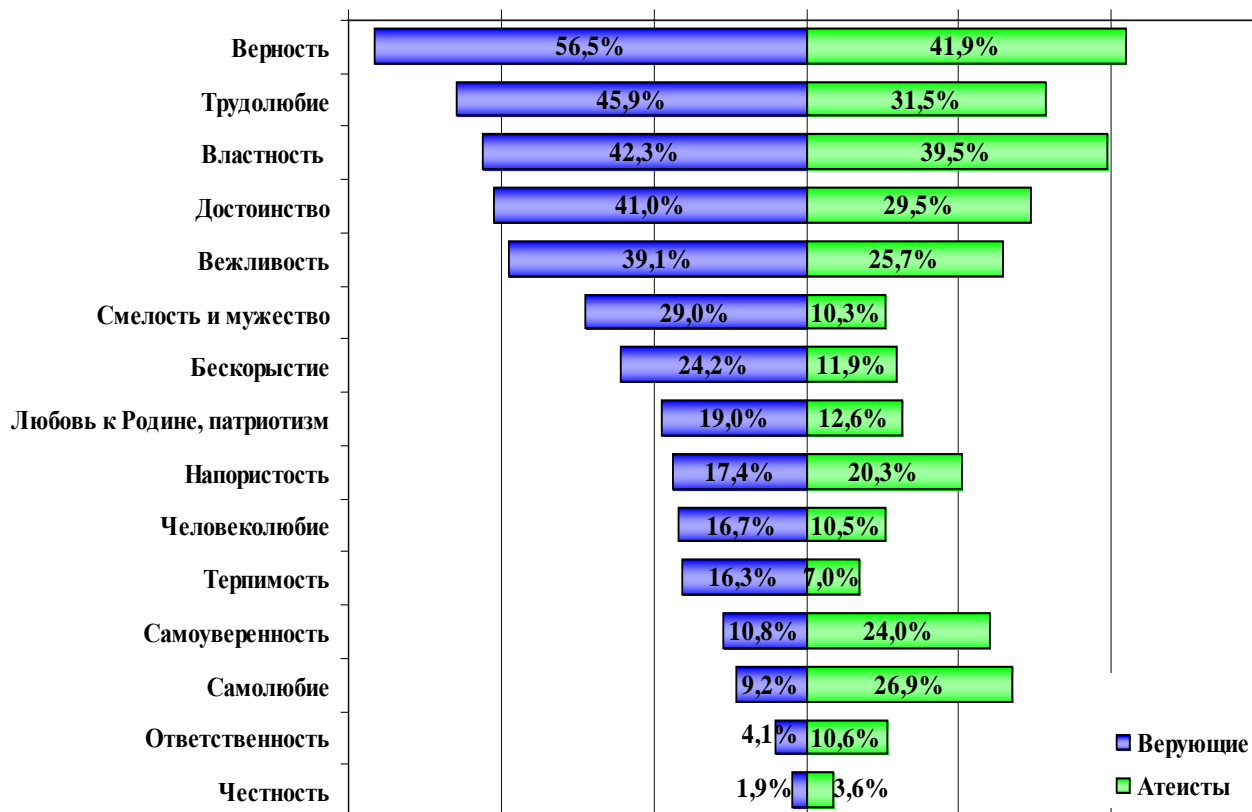


Рисунок 1 – Распределение личностных качеств по частоте выделения среди верующих и атеистов (закрытый вопрос, до 5 ответов).

Таким образом, выделенные факторы указывают на возможный выбор системы ценностных ориентаций личности. Выбор того или иного вектора определяется разрешением противоречия между ориентацией на ценности общественного или личного блага. Следовательно, ценностные ориентации современного человека – это регулятор поведения индивида, осознанный выбор тех идей и целей, которые для него социально предпочтительнее, что и определяет формирование личностных качеств, помогающих человеку в повседневной жизни. Мнение о себе и окружающих зависит от стандартов группы, в которую он вовлечен. Так, общество, в котором мы живем, само оказывается моральным порядком. Род занятий, пол, возраст, сословие и другие факторы подразделяют мораль на различные подвиды: профессиональную, половую, возрастную, религиозную, в соответствии с которыми проявляются ценностные установки, выраженные в реальных поступках людей. Человек оказывается в ситуации выбора между тем, что выгодно, и тем, что не выгодно, но с моральной точки зрения необходимо.

Современное общество должно научиться разрешать проблемы на основе признания многообразия и находить возможности для диалога путем достижения баланса интересов различных социальных субъектов с помощью предусмотренных законом социальных механизмов и средств.

С.А. Барсукова

ПРОБЛЕМА ИССЛЕДОВАНИЯ СОВЕСТИ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ РОССИЯН

БАРСУКОВА Светлана Александровна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социологии и управления персоналом Пензенского государственного университета. E-mail: sveta_barsykova@inbox.ru

Нормы морали, регулирующие жизнь человека в социуме, все чаще подвергаются сомнению, особенно со стороны молодого поколения. Мы становимся свидетелями потери духовности, нравственности, нарастания равнодушия и отчужденности россиян от собственно человеческой природы. Сегодня работу совести можно связать с выживаемостью человечества, с предотвращением нарастающей антропологической катастрофы. Однако, если нет сомнений в актуальности проблемы совести, ее роли в жизни человека и общества, то снова и снова воспроизводятся сомнения в доступности ее познанию с помощью научных средств и методов.

Феномен совести с трудом поддается формальному определению. В нем сложным образом переплетены противоположности природного и духовного, личного и социального, интимного и общезначимого начал в человеке. Очевидны онтологические, гносеологические и аксиологические аспекты данного феномена.

Для начала попытаемся в самом общем виде очертить основное значение понятия “совесть”, а также его феноменологические референты. В этих целях обратимся к краткому этимологическому рассмотрению данного термина. В некоторых европейских языках (греч. συνείδησις, лат. conscientia, фр. conscience, итал. coscienza, англ. conscience, нем. gewissen) слово “совесть” образовано из корня, обозначающего “знание”, “ведание” и приставки “с”. Следовательно, этимологически понятие “совесть” в различных языках восходит к одному и тому же корню – “знать”, “ведать”. По сходному алгоритму сконструированы понятийные ряды в некоторых славянских (сравним польское – swiadomosc, sumienie) и скандинавских языках. Как отмечает Ю.А. Шрейдер, существует еще один этимологический аспект, слова “совесть”: приставка “со” (равно как в латинском варианте “con”), указывает на совместное (не индивидуальное только!) знание, ведание, т.е. на такое знание, которое не может быть только моим, но предполагает свою разделенность с другим (другими) [1].

Анализ современной отечественной философской литературы показал, что и в этой науке нет единого понимания данного феномена. На наш взгляд, это разногласие связано, прежде всего, с неоднозначностью трактовки понятий “мораль” и “нравственность”. Приходится констатировать, что в подавляющем большинстве работ, эти понятия рассматривают как синонимы (см. Архангельский, 1974; Дробницкий, 2002; Титаренко, 1974 и др.). Наряду с отождествлением понятий “мораль” и “нравственность”, в философской науке существует и противоположная точка зрения (см. Арсеньев, 1977; Библер, 1990 и др.). Мораль, в этом случае, рассматривается как совокупность норм и требований, предъявляемых социумом к поведению индивида и связана с внешней целесообразностью. Нравственность же формируется вместе с личностью, составляет принцип ее бытия, она неотделима от содержания “Я” индивида и предопределена целеполаганием самого индивида, его свободой.

Обращения к опыту, интуиции и толкованию данного феномена различными людьми, позволит на наш взгляд, выявить значение и функции совести в регуляции морально-нравственного поведения современных россиян. При этом нам необходимо учитывать и сложность подобных исследований, так как основными характеристиками социальных представлений являются фрагментарность, неустойчивость и непостоянство.

В нашем исследовании приняло участие 638 человек в возрасте от 21 до 65 лет. При выборе метода исследования мы опирались на понимание того, что подобные феномены включают в себя определенную сумму знаний об объекте представления, содержат эмоциональную оценку явлений, а

также поведенческие проявления (С. Московичи, У. Вагнер, В. Дуаз и др.). В соответствии с этим респондентам было предложено завершить предложения «Совесть – это ...», «Жить по совести, значит...», «Я поступил по совести, когда ...». Подобная последовательность заданий позволяет идти от более обобщенных стереотипных представлений, закрепленных в социальных группах, к более частному, индивидуально-значимому.

Восприятие совести как честности (прежде всего перед самим собой) является лидирующим у всех возрастных групп лиц зрелого возраста. Наши данные подтверждаются и исследования лингвистов. Анализ семантико-смысловых концептосфер позволил А.И. Яндиевой установить, что в качестве основных компонентов, структурирующих инвариантные значения ядерных зон абстрактного понятия «совесть», в русском и немецком языках выступают: честность, чистота, правда и т.п. [2]. Также по частоте встречаемости в ядро представлений вошли такие определения как «справедливость», «гармония, согласие с самим собой; зов души». Подход к пониманию совести как феномена отражающего гармонию с «внутренним Я» человека активно обсуждается в литературе. Так, по утверждению Хайдеггера, призыв совести исходит «не от другого, который существует в мире наряду со мной. Призыв исходит от меня и сверх меня» [3, с. 270]. Наши предыдущие исследования, проводимые на выборке лиц более младшего возраста показывают, что уже среди детей младшего школьного возраста появляется такое восприятие совести, но пока оно еще находится на периферии. Это восприятие укрепляется с возрастом. И выходит на границу между ядром и периферией у подростков и юношей.

У лиц зрелого возраста на границе находятся понятия, отражающие такие характеристики как ответственность, нормы морали, самоконтроль и внутренняя оценка. А на периферии «то, что мучает, гложет», «уважение к окружающим», «долг», «заповеди Господа». Необходимо отметить, что встречаются и такие определения как достоинство, духовность, человечность, совершенствование себя, сущность человека, мудрость, интуиция. В своих теоретических исследованиях мы анализировали взаимосвязь совести с такими понятиями как самоконтроль, долг, ответственность, мораль и т.п. Анализ зарубежных и отечественных источников позволил нам выделить два основных подхода к пониманию механизмов ее проявления – морально-адаптационный (в рамках данного подхода совесть предстает как интериоризированный голос значимых Других, формирующийся под влиянием либо страха наказания, либо потребности в идентификации) и нравственно-реализационный (совесть здесь рассматривается как голос истинного «Я», связанный с проявлением родовой сущности человека, актуализирующейся в процессе индивидуации, обретения человеком своей целостности).

Методология исследования предполагала не только эмпирическую модель исследования – сравнение количественных показателей. Анализ теоретических и эмпирических исследований позволил нам сделать вывод: возможность действовать по совести для индивида зависит от уровня его интеллектуального и духовного развития. Мы идем к тому, чтобы в качестве руководящей модели использовать полноценно развитое осамостоятельное человеческое бытие, человека, чья внутренняя природа выражает себя свободно, она не деформирована, не подавлена и не отрицается. В нашей понимании совесть – целостное интегрированное состояние сочувствия, сопереживания, сопричастности «бытию-в-мире», отражающее меру совпадения существования и сущности человека и переживающееся как акт самоосуществления в ситуациях нравственного выбора [4].

Литература

- 1 Шрейдер Ю.А. Этика: введение в предмет. М.: Текст, 1998.
- 2 Яндиева А.И. Лингвосемантическая концептосфера абстрактного имени со значением «честь, совесть» в разносистемных языках: Автореф. дис. ... канд. филол. наук. М., 2010.
- 3 Хайдеггер М. Бытие и время. СПб.: Наука, 2006.
- 4 Барсукова С.А. Концептуальное поле феномена «совесть» в психологии // Психологический журнал. 2013. Т. 34. № 1. С. 36–44

Е.Г. Ефимов
АГРЕССИЯ В СОЦИАЛЬНЫХ ИНТЕРНЕТ-СЕТЯХ

ЕФИМОВ Евгений Геннадиевич – кандидат исторических наук, доцент кафедры «История, культура и социология» Волгоградского государственного технического университета. E-mail: Ez07@mail.ru

Одной из актуальных проблем исследования социальных сетей являются различные формы агрессии, возникающие при использовании этих ресурсов и таящие в себе потенциальные и актуальные риски для пользователей. Несмотря на то, что в настоящее время исследования Интернета ведутся активно, эта тема исследована недостаточно. Между тем молодежь является главной группой риска в пространстве социальных сетей, использование которых является повседневной практикой миллионов пользователей, оказывая влияние практически на все сферы жизни, от образования до дружбы [1].

Агрессию в социальных сетях необходимо рассматривать, на наш взгляд, опираясь на теорию «социального конструирования технологии» Э. Бейкера. Мы можем описать социальные сети как совокупность социальных групп в Интернете, созданных индивидами с целью коммуникации и самопрезентации. На их развитие оказывают влияние различные социальные группы, главными из которых являются пользователи, государство, непользователи (противники данной технологии) и сами разработчики сети как отдельная группа. Эти же группы и будут влиять на формирование представления об агрессии и ее формах в пространстве сетей.

Как указывал У. Бек, в современном обществе в качестве ключевой социальной группы, влияющей на формирование представления о рисках выступает научное сообщество [2]. Однако, к сожалению, в нашей стране исследование социальных сетей только развивается и их системного исследования как такового не ведется. Так, к примеру, в базе РИНЦ на февраль 2014 г. есть всего 24 статьи в заголовке которых присутствует название самой популярной социальной сети «ВКонтакте», что для ресурса с более 50 млн пользователей является явно недостаточным.

На наш взгляд, заменителем научного сообщества выступает телевидение, до сих пор имеющее значительное влияние в российском обществе. Согласно результатам опроса ВЦИОМ, по телевидению предпочитают получать информацию 60% россиян, в то время как Интернету доверяют 23% [3].

Для определения представления о формах агрессии в социальных сетях мы использовали метод качественного контент-анализа новостных сообщений на канале «Вести» за 2011–2013 гг. Контент-анализ проводился в несколько этапов. На первом этапе были отобраны новостные сообщения по ключевому слову «социальные сети» (табл. 1), на втором этапе отобраны негативные сообщения на основе определенных критериев и произведена их статистическая обработка.

Таблица 1 Данные контент-анализа ТРК «Вести»

	2011	2012	2013	Всего
Всего сообщений	1282	1220	1075	3577
Проанализировано	1105	1131	995	3231
Негативные	248	386	419	1053

Негативные сообщения были классифицированы с точки зрения конструирования их различными социальными группами. С точки зрения государства к различным формам агрессии относились действия, нарушающие нормы права (такие как хакерство, нарушение авторских прав или организация акций протеста). Вторая группа видов агрессии связана с работой социальной сети и ее администрации (технические сбои, изменение работы ресурса или базовых настроек). Третья группа

агрессивных форм является отражением мнения противников социальной сети, выражением которой являлась проблема аддикции. Четвертый тип агрессии описывается через нарушение социальных норм, т.е. действий, которые негативно оценивались самими пользователями (например, распространение видео о насилии над личностью или животными, махинации во время ЕГЭ и т.д.).

Анализ результатов контент-анализа позволил прийти к следующим выводам:

- 1 Наибольшая доля негативных сообщений – первой группы (нарушение правового поля) и группы пользователей (нарушение этических норм). Наименьшая – аддикция. На наш взгляд, это свидетельствует о том, что в целом практики, связанные с социальными сетями уже занимают привычное место в обществе.
- 2 Среди негативных сообщений первой группы, связанных с государством, наибольшее число связано с рисками использования социальных сетей в рамках акций протеста и хакерскими операциями. Это говорит о политизированности как новостных сообщений так и представления о рисках. В концепции общественной безопасности, равно как и в интервью В.В. Путин прямо упоминал Интернет и социальные сети как фактор организации экстремистской деятельности.
- 3 Среди социальных норм, нарушение которых осуждалось пользователями и аудиторией сетей, на первом месте оказались махинации во время ЕГЭ, когда сети использовались для распространения ответов на вопросы. Большой процент этих сообщений объясняется стабильностью скандалов в этой сфере, традиционно приходящихся на май-июнь каждого года. Если многие скандалы носят эпизодический характер (волна самоубийств школьников в феврале 2012 г., избиение девочки-инвалида в апреле 2012 г.), то ситуация ЕГЭ отличается завидной периодичностью.

Результаты контент-анализа были дополнены данными фокус-групповых интервью среди студентов Волгоградского государственного технического университета в 2013 г. (табл.2)

Таблица 2 Фокус-группы по проекту «Социальные сети»

Дата	Курс	Кол-во	м/ж
3.10.2013	2	10	4/6
7.10.2013	4	10	3/7
10.10.2013	2	9	3/6
17.10.2013	1	10	5/5
17.10.2013	5	9	2/7
23.10.2013	5	8	3/5

Среди ответов респондентов, отражающих их представление о рисках в социальных сетях (латентное кодирование) наблюдались определенные закономерности. Прежде всего пользователи сети стремились к позитивному освещению своего ресурса и негативных оценках тех сетей в которых они не находились. В частности, поскольку большинство студентов оказались активными пользователями сети «ВКонтакте», негативных оценок удостоились прежде всего «Одноклассники», а основным объектом критики стали настройки приватности:

«Мне не нравится в «Одноклассники», что там если ты заходишь на чью-то страницу, то там это отображается. А в «ВКонтакте» такого нет. Можно сделать так, чтобы никто не знал» (Ирина, 5-й курс).

«Во-первых в «Одноклассниках», что мне не нравится, так это «гости».. Это когда к кому-то заходишь и видно к какому человеку ты заходил. Или к тебе, наоборот. Мне это не нравится» (Настя, 1-й курс).

Среди основных проблем были отмечены такие как хакерство и технические проблемы:

«Мне кажется, что «ВКонтакте» более защищенный, его меньше взламывают. Там всякие функции, привязка к телефону, защита от взлома..» (Настя, 1-й курс)

«И очень много вирусов. И если скачиваешь с «ВКонтакте», то можно занести много вирусов» (Вероника, 1-й курс).

Упоминались также проблемы безопасности детей и спам.

Таким образом, с точки зрения пользователей на первое место выходят формы агрессии, связанные с этикой, затем технические, и только потом правовые или проблема аддикции.

В заключение, говоря об агрессии в социальных сетях, мы всегда должны иметь в виду наличие нескольких критериев их оценки. С точки зрения государства, в группу рисков попадает использование сетей в политических целях, в то время как с точки зрения пользователей агрессия проявляется в нарушении внутренних (этических) норм.

Литература

- 1 Солдатова Г.В., Зотова Е.Ю., Чекалина А.И., Гостимская О.С. Пойманные одной сетью: социально-психологическое исследование представлений детей и взрослых об Интернете / Под ред. Г.В. Солдатовой. – М., 2011. – 176 с.
- 2 Бек У. Общество риска. На пути к другому модерну / Пер. с нем. В. Седельника и Н. Федорова. – М.: Прогресс-традиция, 2000. – 384 с.
- 3 «Онлайн и офлайн: откуда получают информацию россияне». [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114345>
- 4 Bijker W. The Social Construction of Technology. Eijsden: The Netherlands, 1990. 218 p.

Л.М. Злотникова

МОРАЛЬНО-НРАВСТВЕННЫЕ ЦЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИКИ ПОТРЕБЛЕНИЯ

ЗЛОТНИКОВА Лидия Михайловна – кандидат экономических наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета. E-mail: lidia_zlotnokova@mail.ru

Реформы социально-экономических отношений в начале 90-х годов XX века были обоснованы неудовлетворенностью потребностей во многих товарах. Спустя несколько десятилетий постсоветское общество оказалось перед огромными проблемами морально-нравственного и культурного состояния. Сложившая структура и культура потребления, поддержанная экономической политикой государства, свидетельствует о значительно завышенной роли производства и потребления материальных ценностей. Формально созданы широкие возможности для насыщения материальными благами. Призрачность доступности материального богатства в некотором роде хорошо изображена на картине импрессиониста Клода Моне «Впечатление. Восходящее солнце».

В отличие от художественного образа реальная жизнь доказывает, что большое количество разнообразных товаров, не оказывает положительного влияния на сознание, общую, профессиональную и межличностную культуру. Идеологи утилитарных экономических реформ проигнорировали субъективно оценочное восприятие и поведение людей. Человек, выполняя любые действия, руководствуется не только формальными нормами и правилами, но и общественным мнением. Гипотетически человек не всегда склонен к рациональному поведению. Оно формируется в зависимости от устойчивости социальных и экономических связей. В повседневной жизни человек одновременно принадлежит семье, имеет постоянный профессиональный круг, входит в различные общественные, политические, культурные и религиозные организации. Моральные принципы и нормы поведения в значительной степени зависят от роли и места государства. Социалистическое государство функционировало на принципах авторитаризма. Формальный порядок обеспечивался и, к сожалению, продолжает обеспечиваться жесткой репрессивной системой.

Современное падение нравов и снижение моральных барьеров в обществе оценивается как следствие проводимых реформ. Образно говоря, проявляется своеобразная общественная амнезия. Построение нового социально-экономического уклада началось с полномасштабной экспроприации

собственности. На протяжении господства социализма экспроприация проявлялась на всех уровнях общественных отношений. Формально собственность принадлежала народу, а фактически единственным владельцем выступало государство. Оно в лице чиновников определено уровень заработной платы, структуру потребления, механизмы распределения социальных услуг и т.д. Подавляющее большинство населения могло пользоваться минимальным набором потребительских благ. Выживание формировало неофициальную идеологию, которая нашла отражение в понятиях «несуны», «расхитители социалистической собственности», «цеховики» и т.д. С целью практической реализации государственной экспроприации был создан и действовал профессиональный репрессивный аппарат. К реформам общество подошло с двойными стандартами, т.е. официальной и латентной моралью.

Мы осознаем, что в рамках предложенного формата архисложно обеспечить глубину существующих морально-нравственных проблем. Хотелось бы в постановочном плане обратить внимание на некоторую их общность на постсоветском пространстве. Пальму первенства можно отдать социально-экономической и морально-нравственной системе отношений на основе экспроприации. Предпринятые попытки реформирования фактически узаконили институт экспроприации и таким образом легализовали латентные нравственные противоречия. Отсутствие полномасштабных социологических исследований о наследии социализма с одновременной его идеализацией служит питательной средой для культивирования аморальных действий на всех уровнях управления и общения. Государство в условиях так называемого реформирования экономики не только не отказалось от роли самого жестокого и ненасытного экспроприатора, но и усилило свое положение новыми механизмами отъема собственности у производителей.

Не менее важную роль в формировании и реализации морально-нравственных норм играют оценочные стереотипы распределения собственности. Отношение к коррупции далеко неоднозначно. Мелкие поборы, которые распространены на местном уровне, граждане коррупцией не считают. Особый статус государственных чиновников оценивается как объективная необходимость. Дорогие машины, большое количество охраны, различных помощников и т.д. с молчаливого согласия общества формируют у слуг народа убеждения о том, что своим доходом, уровнем потребления и условиями жизни они никому и ничем не обязаны, все они получили за собственные заслуги.

Появившиеся различия в потреблении отражают структуру общественных ценностей. Гипотетически не вызывает резко отрицательных оценок материальное благополучие представителей сферы развлечения и нищета систем здравоохранения, образования, науки, культуры. Богатство «новых звезд шоу-бизнеса» во многом является результатом потребительского спроса. В связи с этим можно сформулировать проблему влияния приоритетов потребления на морально-нравственное состояние человека. Получение выгоды стало своеобразным фетишем, обыденностью настолько, что социальные институты образования, здравоохранения, науки, культуры превращены в дополнительные источники капитализации государственной собственности.

Реализация концепции материальной ответственности за социализацию человека не только усугубляет неравенство, но и лишает общество в целом прочного фундамента будущего развития. Образование, как единственный общественный институт по формированию личности, превращается в коммерческий субъект, обслуживающий сиюминутные потребности собственников материальных ресурсов. Социальный статус человека низведен до придатка машин и механизмов. Сложно сказать, что чувствует человек, жизнь которого зависит от стоимости машин, земли, энергетических ресурсов. До настоящего времени господствует методология классической политэкономии А. Смита, т.е. доход человека, создающего товар, напрямую зависит от его стоимости.

В предложенном формате раскрыть источники, механизмы влияния и последствия системы потребления на морально-нравственное состояние человека практически невозможно. С уверенностью можно сказать следующее. Нравственные принципы и нормы нового социального порядка – медленный и трудоемкий процесс. Экономически и политически обоснованные нововведения на протяжении всей истории существования цивилизации вступают в противоречия с существующими традициями, неформальными требованиями социального окружения. К тому же, как

обозначил Питирим Сорокин «материально идентичное часто является совершенно различным в социокультурном отношении благодаря разнице в значениях и ценностях, приписываемых ему» [1, с. 203].

Богатство и личный доход, их теоретическое толкование и эмпирическое соотношение выступают как взаимосвязанный процесс развития цивилизации. С одной стороны, общее развитие в современных измерителях означает рост материального богатства. С другой – на фоне его простого арифметического преумножения сохраняется материальная бедность и размножается духовное обнищание. Предпринимаемые попытки возрождения духовности с помощью продвижения в обществе религиозных ценностей требуют полномасштабных интегральных гуманитарных исследований. Можно ввести дополнительные уроки по изучению православной культуры и религиозной этики, построить большое количество храмов, проводить более активную пропаганду духовных ценностей. Но выбор останется за человеком. Нравственный порядок, основанный на моральных нормах и правилах, намного сложнее, чем создание структурных институтов формирования нравственности. В социалистическом обществе действовала мощная идеологическая машина по настойчивому внедрению собственных моральных норм и идеалов, последствия деятельности, которой необходимо преодолевать обществу и, прежде всего, социологии.

Литература

- 1 Сорокин П.А. Человек. Цивилизация. Общество / Общ. ред., сост. и предисл. А.Ю. Согомонов: Пер. с англ.— М.: Политиздат, 1992. — 543 с.

Т.В. Иванова

УКРАИНА – НЕГАТИВНЫЕ СОЦИАЛЬНЫЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ И СПОСОБЫ ИХ КОМПЕНСАЦИИ

ИВАНОВА Татьяна Владимировна – кандидат психологических наук, доцент кафедры философии, политологии и инновационных социальных технологий Сумского государственного университета, Украина. E-mail: sociol_tanya@mail.ru

Целью исследования было выделение региональных особенностей негативных социальных репрезентаций, а также способов их компенсации. В качестве маркеров социальных дисфункций были взяты следующие статистические показатели Украины за 2012 г. – уровень безработицы, заболеваемость, уровень преступности, уровень убийств и самоубийств, нарушения поведения. Статистические показатели уровня и качества образования, посещение театров, библиотек, занятия спортом, хобби, уровня доходов, трудовой занятости рассматривались как возможные компенсаторные способы социального напряжения.

Уровень социального напряжения, а также о некоторые особенности политической культуры оценивались на основе данных опросов, проведенных в 2012 г. Центром Разумкова.

Массив данных обрабатывался с помощью пакета программ Statistica.

За основу выделения регионов был принят подход Центра Разумкова – Запад (Волинская, Закарпатская, Ивано-Франковская, Львовская, Ровненская, Тернопольская, Черновецкая области), Центр (Киевская, Винницкая, Житомирская, Кировоградская, Полтавская, Сумская, Хмельницкая, Черкасская, Черниговская области), Юг АР Крым, Одесская, Херсонская, Николаевская области), Восток (Днепропетровская, Донецкая, Запорожская, Луганская, Харьковская области).

Запад Украины. Значимые признаки: положительная корреляция по признакам – безработица, высокий уровень соматических заболеваний, количество общественных организаций, созданных в 2012 году, негативная оценка ситуации в Украине, из вопроса – «Что значит для Вас – быть гражданином Украины» – вариант «Ощущать себя частицей украинского народа, его культуры и традиций», ориентация, в первую очередь, на базовые права личности. Отрицательная корреляция с признаками: уровень преступности, количество убийств, количество самоубийств, из вопроса – «Что

значит для Вас – быть гражданином Украины» – вариант «Иметь гражданство, паспорт Украины», ориентация на социально-экономические права.

Центр Украины. Положительная корреляция по признакам – уровень занятости, количество клубов, количество библиотек, уровень алкоголизма, из вопроса – «Что значит для Вас – быть гражданином Украины» – вариант «Возможность гордиться достижениями своей страны», ориентация на политические права. Отрицательная корреляция с признаками: количество общественных организаций, созданных в 2012 г.

Юг Украины. Положительная корреляция по признакам – количество общественных организаций, количество мероприятий, проведенных общественными организациями в 2012 году, количество людей, посетивших театры, индекс образования, нарушения поведения, из вопроса – «Что значит для Вас – быть гражданином Украины» – варианты «Получать заботу и социальные гарантии со стороны власти», «Возможность выбирать Президента, Верховную Раду, участвовать в референдумах», ориентация на социально-экономические права. Отрицательная корреляция с признаками: негативная оценка ситуации в Украине, ориентация на базовые права.

Восток Украины. Положительная корреляция по признакам – уровень заработной платы, количество общественных организаций, количество занимающихся спортом, уровень преступности. Отрицательная корреляция с признаками: уровень безработицы, уровень алкоголизма, заболевания нервной системы, количество общественных организаций, созданных в 2012 г., ориентация на политические и социально-экономические права.

Имеющиеся различия можно рассматривать в нескольких аспектах.

- 1 Особенности массового политического сознания. Для Запада Украины характерно либеральное политическое сознание, с выраженным эмоциональным (романтическим) компонентом. Эмоциональный компонент также присутствует в сознании жителей центра Украины, сочетаясь, при этом, с ориентацией на демократические права. На юге Украины преобладает патернализм и ориентация на социально-экономические гарантии. Политическое сознание востока Украины не имеет выраженного центрального компонента, представляя, собой, вероятно, совокупность разнонаправленных ориентаций, выражающих интересы локальных социальных групп.
- 2 Выделенные регионы имеют различающиеся негативные социальные репрезентации. Для запада это соматизация тревоги (повышенный уровень заболеваемости); для центра – реакции ухода от реальности (алкоголизм); для юга – асоциальное поведение (поведенческие расстройства); для востока – антисоциальное поведение (высокий уровень преступности).
- 3 Имеют место региональные различия компенсации социального напряжения. Запад – повышение социальной активности, в частности, через общественные организации; центр – самореализация в хобби, своего рода уход во «внутреннюю эмиграцию»; юг – ориентация на образование и общую культуру; восток – переориентация на спорт.
- 4 Следует отметить, что общественные организации в современной Украине начинают играть значительную роль, становясь важным фактором формирования общественного сознания. В первую очередь это относится к западной Украине.

А.А. Игнатъев

АГРЕССИЯ, КРИЗИС МОРАЛЬНОГО ПОРЯДКА И СТРАТЕГИИ ТРАНЗИТА

ИГНАТЬЕВ Андрей Андреевич – кандидат философских наук, доцент РГГУ. E-mail: ignatievs@yandex.ru.

Сегодня мы хорошо понимаем, что человек – живое существо, по самой своей природе агрессивное, что это прирожденное свойство человека является источником достаточно серьезной

угрозы для нас самих как биологического вида и что эволюцию социальных или, тем более, политических институтов всегда можно представить как развитие всякого рода диспозитивов, позволяющих вытеснить насилие за границы повседневной жизни. Более того, мы достаточно много знаем о факторах или проблемных ситуациях, которые так или иначе влияют на уровень агрессивности, провоцируя акты насилия или, наоборот, позволяя их избежать, оттого хорошо понимаем, что никакой моральный порядок сам по себе агрессивности не исключает, необходимо еще право, в том числе уголовное, полиция, армия, спецслужбы и другие институты, которые, наоборот, ее предполагают. Иными словами, на практике речь идет не столько об исключении агрессивности из повседневной жизни, сколько о достаточно противоречивой, даже амбивалентной задаче ограничить или вовсе заблокировать ее деструктивные проявления, одновременно стимулируя те, которые исполняют какие-нибудь важные социальные функции. В такой перспективе рефлексия о проявлениях агрессивности становится источником множества парадоксов и антиномий, а название секции превращается в дилемму, для разрешения которой имеет смысл отвлечься от факторов или ситуаций, обуславливающих конкретные частные проявления агрессивности, и рассмотреть социальный контекст, в котором насилие человека по отношению к человеку является повседневной социальной рутинной.

Понятно, что речь здесь идет о «естественном» модусе повседневной жизни и его конститутивном признаке, «войне всех против всех», которую Томас Гоббс рассматривал как состояние общества, предшествующее всякому моральному порядку и предполагающее насилие как условие *sine qua non* его социального конструирования, будь то приватные действия обывателя, направленные на решение каких-то сугубо личных проблем, или же суверена, обладающего определенным публичным статусом. Сегодня мы опять-таки понимаем, что «естественное» состояние общества, которое еще совсем недавно отождествлялось с «варварством», отнюдь не является реальной исходной стадией его исторической развития и не предшествует «цивилизации», она же пресловутый «общественный» модус, во времени. Так понимаемое «варварство» давно уже признано мифологемой, «псевдогенезис», т.е. отождествление структурных типологий со стадиями развития, тоже давно уже признан логической ошибкой, а вот бинарная (или дуальная) организация повседневной жизни, напротив, оказалась одним из ее антропологических инвариантов, во всяком случае, оппозицию «естественного/общественного» у Гоббса трудно не сопоставить с оппозицией «хаоса» и «космоса» у Гесиода, «фирмы» и «рынка» у Стэнли Коуза, стохастических и детерминированных систем в прикладной математике, контингентного и конститутивного режимов социального признания в так называемой «когнитивной социологии» или, наконец, «города» и «дикого поля» в героическом эпосе. Иными словами, под «естественным» состоянием общества, по-видимому, следует понимать особый социальный контекст, возникновение которого обусловлено кризисом сложившегося морального порядка и того «общественного» модуса повседневной жизни, условием воспроизводства которого этот порядок является. Такой кризис может развиваться по самым разным причинам и на самых разных уровнях, от партикулярного индивида до общества или даже их совокупности в целом, однако инвариантом его сценариев неизменно является столкновение между конститутивной этикой автономных моральных принципов, которые, в свою очередь, являются предпосылкой меритократии или персональной карьеры, и сугубо контингентной этикой текущей оперативной целесообразности, почти всегда предполагающей физическое или психологическое насилие.

Если и когда мне выпадет разъяснять молодежи, зачем нужны социальные конвенции или, тем более, в чем разница между «естественным» и «общественным» модусами повседневной жизни, я сошлюсь не только на Гоббса, но и на телесериал о сыщике Гурове, который, как, впрочем, и его коллеги в других современных отечественных сериалах «о ментах и бандитах», действует именно что в контексте *bellum omnium contra omnes*, где этика текущей оперативной целесообразности всегда побеждает или даже оказывается единственно уместной. Оттого-то победа героя в отдельном конкретном поединке, а он побеждает всегда, никогда не имеет системообразующих последствий и не сказывается сколько-нибудь заметно ни на его персональной карьере и статусе, ни на состоянии общества, подобно какому-нибудь мифологическому чуду снов и снова извергающего насилие из

своего чрева. Именно в этом состоит «мораль» знаменитой киноэпопеи Ф.Ф. Копполы, именно оттого предводитель франков Хлодвиг некогда принял христианство – это позволило ему основать династию, т.е. институт, обеспечивающий «транспарентную» передачу власти. Иными словами, оппозиция «естественного» и «общественного» модусов повседневной жизни, о которой пишет Гоббс, конституирует не только типологию социальных контекстов, но и реальные стадии институциональной трансформации общества, все равно – революции или реформы, которую предстоит инициировать и организовать политическому лидеру, действующему как суверен, т.е. «физическое лицо», как теперь говорят, подотчетное только воле Божией, законам истории и голосу собственной совести.

На практике, разумеется, кризис морального порядка выглядит куда менее презентабельно, нежели в телесериалах: на социетальном уровне это неизбежное следствие войн, пандемий, революций, крупномасштабных техногенных или природных катастроф, а также всякой долговременной и достаточно основательной «модернизации сверху», на персональном уровне – кризисов идентичности, связанных с чисто возрастными изменениями в иерархии и репертуаре влечений, физическими и психическими травмами, а также с быстрым и вынужденным изменением позиции в географическом или социальном пространстве. Такого рода перемены разрушают или существенно деформируют «текстуру» повседневного действия, а вместе с этим и уничтожают предпосылки реалистичной постановки задач, успешного выбора средств их решения или адекватного определения ситуаций, в которых такие задачи возникают, следствием чего, в свою очередь, становится хорошо заметный и далеко не всегда преодолимый рост трансакционных издержек, в том числе затрат времени, либидо и других подобных ресурсов, в конечном итоге – неисполнимость самых простых желаний, субъективно переживаемая как немощь или пребывание в неволе. Попросту говоря, индивид перестает справляться с повседневными житейскими трудностями, а это обстоятельство способствует развитию аномии со всеми ее хорошо известными побочными эффектами, включая суициды, различного сорта перверсии и рост бытового насилия, вызывает фрустрацию и моральную панику, провоцирующую или обостряющую конфликты с другими действующими субъектами, а также неврозы, психозы и аддикцию к психоактивным средствам, в конечном итоге – блокирует или заметно ограничивает перспективу стратегической рефлексии, а вместе с ней и рационального выбора. В таких условиях классическое инструментальное действие по Ю. Хабермасу с его хорошо артикулированными целями, обоснованными средствами или интерсубъективными определениями ситуации становится недостижимым идеалом, тогда как основным, если не исключительным мотивом повседневного действия становится необходимость разрядки аффекта, которая как раз и предполагает насилие, все равно – политическое, сексуальное или чисто бытовое, причем даже не обязательно мотивированное: в условиях морального кризиса его объектом может оказаться кто угодно, когда угодно и по какой угодно причине.

Если предлагаемый диагноз состояния, в котором находится общество пост-советской России, хотя бы отчасти верен (что, разумеется, не факт), сугубого внимания социологов заслуживают те формы так называемого «совладающего поведения», или стратегии транзита, посредством которых субъекты повседневного действия справляются с кризисом морального порядка и его издержками. В первую очередь это, конечно, миграция в географическом и социальном пространстве с «периферии» какого-то конкретного общества или глобальной системы в их «центр», которая даже постепенно становится доминирующим сценарием успешной профессиональной карьеры в самых разных областях, а значит – особым социальным институтом, становление которого само по себе источник достаточно серьезных конфликтов, отнюдь не всегда позволяющих обойтись без насилия. Далее, это всякого рода перемены в стратегиях и диспозитивах повседневной жизни, аналитика которых на персональном, групповом или, тем более, социетальном уровне постепенно становится областью исследований, даже самый поверхностный синопсис которых далеко выходит за рамки моего выступления, в качестве прецедента я бы напомнил о проекте Стюарта Холла и его сотрудников, выполненном в начале 70-х, с которого, собственно, и начались cultural studies. Это субкультуры, которые давно уже стали своеобразным диспозитивом перехода, обеспечивающим ресоциализацию мигрантов, делинквентов и прочих аутсайдеров, прежде всего молодых, это помогающие практики,

включая деятельность разнообразных «служб спасения», благотворительность, консалтинг и коучинг, а также создание временных добровольческих коллективов («команд»), предназначенных для решения какой-то конкретной и срочной проблемы, непосредственно затрагивающей интересы локальных сообществ. Наконец, это достаточно широкий и стойкий запрос на лидерство, в том числе харизматическое, реальные практики которого также нуждаются в гораздо более подробном, нежели я могу себе позволить, рассмотрении, и это, конечно, the last, but not the least, религия, которая предлагает единственный в своем роде синтез практически всех совладающих практик, включая и так называемые «инициации», т.е. практики, обеспечивающие сохранение идентичности в изменчивых и структурно неоднородных контекстах.

Литература

- 1 Андрей Гладыш (Игнатъев). Структуры Лабиринта: отчет о полевых наблюдениях. М.: Ad Marginem, 1994.
- 2 Карл Шмитт. Политическая теология. М.: Канон-Пресс-Ц, 2000.
- 3 Jeffrey C. Alexander. Trauma. A Social Theory. Cambridge, UK/Malden, MA: Polity Press, 2012.

Г.И. Козырев

ВОЙНА И ВОЕННАЯ УГРОЗА КАК ФАКТОРЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ ПОЛИТИКИ

КОЗЫРЕВ Геннадий Иванович – доктор социологических наук, профессор кафедры социологии РХТУ им. Д.И. Менделеева, профессор кафедры политической социологии РГГУ. E-mail: genkozyr@mail.ru.

Развал СССР и распад «Социалистического лагеря» ознаменовали собой конец холодной войны и появление надежды на «мир во всем мире». Многие десятилетия до этого, благодаря изощренной пропаганде Западных СМИ, большинство жителей «западного мира» (и не только) воспринимали СССР как империю зла, стремящуюся установить коммунистический режим власти во всем мире.

Но завершение периода холодной войны не привело к достижению прочного мира. Выигравшая сторона – США и НАТО, воспользовавшись благоприятно сложившейся для них ситуацией, стали укреплять свои политические, экономические и военные позиции в Европе, на Ближнем Востоке и в других регионах мира. В результате такой политики все страны Восточной Европы – бывшие члены Варшавского договора и три прибалтийские республики, входившие в состав советского союза, стали членами НАТО. А мощное Балканское государство Югославия в результате целого ряда «гражданских» войн, распалось на ряд небольших, зависимых от Запада государств. В настоящее время Запад стремится вовлечь в зону своего влияния Украину, провоцируя там очередную «оранжевую» революцию.

Все это можно было бы списать на «процесс демократизации», но на Ближнем Востоке в последние десять лет пали именно те политические режимы власти, которые имели тесные экономические и иные связи с Россией, например, Ирак, Ливия. В настоящее время идет война за Сирию.

Можно выделить еще одну важную закономерность: пока Россия была ослаблена либерализацией и приватизацией 1990-х гг. и уверенно дрейфовала к пропасти развала, в ее сторону звучало немало лестных слов со стороны западных «доброжелателей» о верно избранном пути развития. Но как только Россия немного окрепла, и заявила о приоритете своих национальных интересов, в ее сторону посыпались обвинения в агрессивной внешней политике.

Одновременно стало меняться мнение граждан западных стран к России. Так в июне 1999 г. 52% граждан США относились к России позитивно. Индекс положительного восприятия России достигал своего максимума в 2006 г. – 73%. Но в сентябре 2013 г. лишь 19% опрошенных заявили о позитивном восприятии России и ее лидера, в то же время 54% относятся к нему негативно [1].

Соответственно увеличилась «враждебность» в среде россиян. Так, по данным опроса, проведенного Левада-Центром в ноябре 2013 г., 78% россиян считают, что у России есть враги, с которыми возможна война [2].

Война представляет собой организованную вооруженную борьбу между государствами, классами, нациями (народами), преследующими несовместимые интересы, ценности, цели. Политика – это отношения между союзниками, оппонентами, противниками, врагами, которые предполагают поиск компромиссов, но не исключают и войну. Таким образом, война является продолжением политики насильственными средствами.

В своей работе «Империализм, как высшая стадия капитализма» (1916 г.) В.И. Ленин обосновывает свое утверждение о том, что война является продолжением иными, насильственными средствами, политики империалистических государств. Основной причиной войн является то, что для своего развития финансово-промышленному капитализму необходимо постоянно искать (завоевывать) новые источники сырья и дешевой рабочей силы, новые рынки сбыта произведенной продукции и новые сферы влияния. Поэтому транснациональные корпорации для решения возникающих проблем периодически «организуют» локальные, региональные и мировые войны. Кроме того, сам капиталистический способ производства чреват перманентными экономическими кризисами, выходом из которых нередко становится война.

Суть политики, конечно же, не в насилии, а в постоянном поиске баланса сил. Но когда этот баланс нарушается, у преследующей свои национальные (корпоративные) интересы более сильной стороны появляется искушение применить военную силу и решить свои проблемы за счет других. При этом применение силы не обязательно предполагает прямую агрессию типа вторжения в Афганистан или в Ирак, но и косвенное участие в спровоцированном внутреннем конфликте (Ливия, Египет, Сирия, Украина и др.). Если косвенными методами достичь желаемого не удастся, то «косвенная сторона» идет на прямую агрессию (Сербия, Ливия).

По мнению А. Зиновьева, «Социальная сущность глобализации состоит в том, что это – самая грандиозная спланированная и постоянно планируемая в деталях и управляемая в основных аспектах война западного мира не просто за мировое господство, а за овладение эволюционным процессом человечества и управление им в своих интересах» [3]. Главным агрессором в этой войне является глобальное «западнистское сверхобщество», которое объединилось для покорения всей планеты. Уже сейчас сверхобщество контролирует более 70% мировых ресурсов и навязывает большинству стран мира свои «правила игры» [3].

Основная причина войн в современном мире состоит в самой сути капитализма, который не может существовать без экспансии. В настоящее время, когда все ресурсы Земли в основном перераспределены и освоены, а население превышает 7 млрд., капитализм переживает глубочайший кризис развития. Выходом из этого кризиса может стать новая мировая война [4]. По мнению В. Тимака, череда развязанных США и их союзниками войн в Афганистане, Ираке, Ливии и Сирии, является фрагментом уже начавшейся «Большой войны», которая является основным геополитическим инструментом Запада. Поэтому после падения режима Башара Асада в Сирии, следующей целью этой войны станет Иран и бывшие республики советской Средней Азии [5].

Вице-премьер Дмитрий Rogozin назвал угрозу применения военной силы ключевым фактором при решении политических и экономических вопросов в современном мире. Поэтому, чтобы иметь возможности отстаивать свои национальные интересы, Россия должна быть уверена в своей экономической и военной мощи и «демонстрировать миру свою твердую решимость отстаивать мир и свое в нем достойное место» [6].

Литература

- 1 Граждане США вновь увидели в России врага, – опрос [http://news.liga.net/news/world/901589-grazhdane_ssha_vnov_uvideli_v_rossii_vraga_opros .htm](http://news.liga.net/news/world/901589-grazhdane_ssha_vnov_uvideli_v_rossii_vraga_opros.htm) (дата обращения: 2.02. 2014).
- 2 <http://top.rbc.ru/politics/26/11/2013/890970.shtml> (дата обращения: 2.02. 2014).

- 3 Зиновьев А.А. Глобализация как война нового типа// Личность, культура, общество. 2001. т.3. Вып. 3 (9). С. 274.
- 4 Что такое «Капитализм» и зачем ему третья мировая война. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://newsland.com/news/detail/id/1144025/> (дата обращения: 19.03.13).
- 5 Цитирую по: Гидденс Э. Тотальная война. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://do.gendocs.ru/docs/index-14562.html?page=34> (дата обращения: 24.03.13).
- 6 Рогозин протянул миру «стальной кулак в лайковой перчатке» <http://newsland.com/news/detail/id/1145499/> (дата обращения: 22.03.2013).

А.Л. Кузеванова

**АКСИОЛОГИЯ БИЗНЕСА: РЕАЛИЗАЦИЯ ЦЕННОСТНОГО ПРИНЦИПА СОЦИАЛЬНОЙ ОТВЕТСТВЕННОСТИ
В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ
(СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)**

КУЗЕВАНОВА Ангелина Леонидовна – доктор социологических наук, зав. кафедрой философии и социологии Волгоградского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ. E-mail: angelina2000@list.ru

Аксиологическая система бизнеса включает в себя ценности, ценностные ориентации и ценностные принципы, которые устанавливают цели, ориентиры и направленность бизнес-деятельности. Становление и развитие бизнеса в современной России было сопряжено с целым комплексом проблем, что повлекло за собой формирование негативного имиджа социально-профессиональной группы бизнесменов в глазах общественности [1, с. 265]. Эти обстоятельства обуславливают значимость исследований, посвященных изучению социальной ответственности бизнеса как ценностного принципа.

Рассмотрим процесс реализации принципа социальной ответственности российского бизнеса на микроуровне. Результаты проведенного нами исследования (n=1050, тип выборки – многоступенчатая случайная с квотным отбором респондентов на последнем этапе, опрашивались представители бизнес-сообщества Москвы, Волгограда и Сочи) свидетельствуют о том, что современные российские бизнесмены не видят непосредственной причинно-следственной связи между успехом и реализацией концепции социальной ответственности бизнеса: по выборке в целом лишь 11,0% респондентов выбрали такой вариант ответа. Анализ данных опроса с учетом размера бизнеса показывает, что почти каждый пятый крупный бизнесмен видит связь между достижением успеха в бизнесе и деятельностью компании, направленной на реализацию социально ориентированных проектов, в то время как в группе малого и среднего бизнеса доля респондентов, придерживающихся такого мнения, оказалась значительно ниже (9,4 и 7,5% соответственно). По сравнению со своими сочинскими и волгоградскими коллегами столичные бизнесмены более высоко оценивают значимость такого фактора, как реализация концепции социальной ответственности бизнеса: 18,2% опрошенных респондентов этой группы выбрали такой вариант ответа (6,5 и 9,1% в других группах соответственно).

Как показывают полученные данные, более склонными к реализации принципа социальной ответственности оказались бизнесмены, чей стаж работы в сфере бизнеса не превышает 10 лет: каждый пятый представитель бизнес-сообщества, начавший свое дело менее 5 лет назад, и каждый четвертый респондент, занимающийся бизнес-деятельностью 5–10 лет, усматривают прямую взаимосвязь успеха в бизнесе и реализации концепции социальной ответственности бизнеса. В двух других группах опрошенных этот вариант ответа выбрали лишь 8,1 и 11,6% соответственно. Отвечая на вопрос об основных направлениях вложения полученной прибыли, бизнесмены продемонстрировали свое нежелание вкладывать средства в развитие социокультурной сферы: только 9,0% опрошенных готовы финансово помочь учреждениям социального обслуживания, минимальное число респондентов

выбрали варианты ответов «сфера культуры, образования, науки, здравоохранения». При анализе полученных данных с учетом размера бизнеса, выяснилось, что по сравнению с представителями малого и среднего бизнеса, в группе респондентов, владеющих крупными торговыми предприятиями, значительно больше тех, кто вкладывает часть полученного дохода в развитие городского хозяйства, сферы культуры, образования, науки. Специфичной оказалась позиция московских бизнесменов, 12,0% которых оказывают финансовую поддержку социальным учреждениям (среди сочинских представителей бизнес-слоя таких оказалось лишь 6,1%, в Волгограде с подобной точкой зрения согласились 5,0% опрошенных). Распределение ответов с учетом стажа работы в сфере бизнеса показало, чем дольше респондент занимается бизнес-деятельностью, тем большее внимание он уделяет проблеме оказания помощи учреждениям социального обслуживания.

Мезоуровень реализации ценностного принципа социальной ответственности современного российского бизнеса изучался нами на основе материалов глубинных интервью и данных экспертного опроса. В роли экспертов выступили 60 известных в бизнес-сообществе руководителей торговых предприятий Москвы, Волгограда и Сочи. По мнению большинства экспертов, для современных российских бизнес-организаций приоритетными являются проблемы организации новых рабочих мест, предоставления дополнительных социальных гарантий своим работникам, создания центров повышения квалификации и переобучения работников. В группу менее значимых входят направления деятельности коммерческих компаний, связанные с оказанием финансовой поддержки социально незащищенным слоям населения, укреплением материально-технической базы социально-культурной инфраструктуры, оказанием помощи выдающимся представителям сферы культуры и науки. «Периферийными» для организаций являются виды социальной активности, касающиеся развития институтов российского гражданского общества, и столь популярные в развитых странах меры по предотвращению дискриминации в сфере труда.

Отметим, что для современных отечественных бизнес-организаций типичной является модель поведения, которую, как отмечалось выше, с одной стороны характеризует желание дистанцироваться от решения проблем общества, стремление ограничиться социальной активностью лишь в среде собственного торгового предприятия; а с другой – уверенность в том, что участие бизнес-структур в социальных программах является деятельностью добровольного характера, никак не связанной с принуждением со стороны государства. Материалы проведенных нами глубинных интервью подтверждают наличие подобной позиции. Так, типичной для владельцев бизнес-организаций является точка зрения одного из представителей волгоградского бизнеса: «Мы в своей фирме сами эти деньги наживали. Кровью и потом они нам достались. Всей семьей трудились, были грузчиками, и уборщиками, и продавцами в одном лице. И что же, государство может принудить нас часть денег на «социалку» отдавать? Не оно капитал наживало, не ему и распоряжаться им. Мы сами решим, как нам своими прибылями распорядиться. «Социалка» – вещь добровольная».

По мнению большинства экспертов, реализация принципа социальной ответственности бизнеса для большинства бизнес-организаций является лишь актом посильной помощи, не связанным с какими-либо рациональными целями, и не рассматривается как инвестиции в будущее компании и возможность сформировать положительный имидж организации. «Не думаю, что какие-либо социальные мероприятия могут существенно повлиять на имидж моей компании, – рассуждает один из волгоградских бизнесменов. – Да, я читал, что на Западе многие потребители при выборе товаров смотрят, а что сделала фирма по социальной части. Но у нас, в России, дела обстоят иначе. Народу пока еще не до таких тонкостей. Главное, чтоб цена и качество в нормальном соотношении были. А социальный имидж – дело десятое».

Основная масса бизнес-организаций, как считают большинство экспертов, отказываются от широкой публичной информации об их социально ориентированной деятельности. Такую позицию иллюстрируют материалы проведенных нами глубинных интервью. Так, показательной в этом плане является точка зрения владельца волгоградского гипермаркета: «А зачем о том, что сделала твоя организация, кричать на каждом углу? Мы такой подход антирекламным считаем. О хороших делах не говорят вслух, мы же их для пользы нуждающихся делаем, а не на публику. Вот фирма моего друга

спонсирует строительство памятника погибшим на Мамаевом кургане. Это их собственная инициатива. Но никто об этом не знает, а они молчат, потому что так порядочнее будет». Подобные представления владельцев коммерческих организаций о нецелесообразности освещения социальных действий компании, зафиксированные социологическими опросами сложные взаимоотношения российского бизнеса и общественности, создающие препятствия на пути формирования отечественных традиций социально ответственного поведения бизнес-структур, являются следствием ограниченного масштаба, узкого характера социальных практик коммерческих организаций.

Литература

- 1 Крупный российский бизнес: социальная роль и социальная ответственность (позиция населения и оценки экспертов) // Благотворительность в России. Исторические и социально-экономические исследования. СПб.: Издательство журнала «Звезда», 2005. С. 211-271.

Г.В. Манзанова

МИГРАЦИЯ, НОВАЯ АРХАИКА И АГРЕССИЯ – ЧТО ДАЛЬШЕ?

МАНЗАНОВА Галина Владимировна - старший научный сотрудник Центра стратегических и политических исследований Института Востоковедения РАН. E-mail: gmanz1@rambler.ru.

Результатом стремительных новаций рынка в России явился тотальный аграрный кризис, развал социальной сферы села, миграция наиболее трудоспособной части российского населения в города и рурализация Города в смысле воспроизводства патриархальных социальных сред и отношений. Более инновационно настроенное население стремительно выезжает в центральные регионы страны. Для снятия рисков неопределенности в меняющейся для них хозяйственной среде оно вынужденно использует практики и институты, унаследованные от прошлого периода развития сельского социума, в виде Землячеств, разного рода Семей и встраивает их в во взаимодействия в обществе, и в том числе в экономике. В результате возникает эффект клановости (кастовости) в социальных и экономических отношениях, и инновационные группы уже в другом, более расширенном социальном пространстве оказываются оттеснены от процесса принятия решений. Таким образом, уже в центральных, а не только периферийных регионах России происходит консервация патриархальных традиционных отношений, унаследованные с предшествующего периода, и они становятся прямыми агентами села в смысле воспроизводства новой архаики, укрепляя тем самым фундамент для неэффективного развития.

В свою очередь в национальных регионах аграрный кризис, миграция из села и возрождение неотрадиционализма привели к устойчивой депрессивности развития и миграции этносов из национальных республик России и СНГ. В условиях высоких рисков неопределенности чуждой для них среды различные этнические мигранты для адаптации в Городе вынуждены задействовать различные практики и институты, унаследованные ими с прошедшего периода, например, в виде институтов родства, клановости, создавая тем самым базу для использования взяточничества, коррупции. В результате очерчивается более жесткий, чем в советском периоде, круг этнических взаимодействий, между различными этническими группами, использующими для адаптации разные институты и практики, возникает непонимание, образ врага и чужого. Как следствие новой архаики, в условиях закрытости каналов мобильности, блокирования доступа к благам для различных социальных групп, возникает напряженность в социуме, нарастают конфликты, зачастую на этнической почве, что приводит к росту тенденций сепаратизма, и возможному распаду социума и государства.

Характерно, что и в Польше, для снятия рисков стремительно изменившейся для крестьян в условиях вхождения в ЕС среды, произошла консервация и замкнутость крестьян в своем хозяйстве.

Что привело к возрождению семейного хуторского хозяйствования, унаследованного от прошлого периода развития страны. Именно поэтому, в отличие от России, религиозные и патриархально настроенные польские крестьяне не мигрировали в города, предпочитая оставаться в сельской местности, сохранив, как это не парадоксально в условиях открытия рынка со странами ЕС, свою консервативность и традиционность. Тем самым были обеспечены условия для сохранения и воспроизводства традиционного польского сельского социума, несмотря на вхождение Польши в ЕС и глобализацию.

Именно в этом и состоит парадокс новаций рынка в условиях глобализации. Унаследованные с прошлых периодов развития аграрных сообществ, традиционные хозяйственные практики и институты не отступают под давлением новаций рынка, как считали ранее представители теории модернизации. Напротив, они возрождаются вновь, утверждая, как это ни парадоксально, с еще более новой силой свою власть и могущество. Изначально в основе всех аграрных реформ в России лежало стремление крестьян к земле и воле. Однако все революционные инновации, проделанные ценой огромных жертв и потерь, достигали прямо противоположного результата. После реформ Столыпина и выхода крестьян из общины на отруба произошла Октябрьская революция, после революции в советский период – раскулачивание, коллективизация и полное закабаление крестьян в колхозах. В период перехода к рынку – «тотальная» фермеризация – реорганизация колхозов и совхозов – и вновь еще более жесткая административная и экономическая зависимость крестьян в колхозах, преобразованных в АО. При резкой смене культурно – хозяйственных моделей поведения крестьян возникает хаос, сопряженный с высокими рисками и издержками внедрения инноваций рынка, и для их минимизации крестьяне вынуждены использовать опыт, унаследованный с предшествующего исторического периода развития. В результате происходит жесткое вычерчивание своеобразной колеи, траектории неотрадиционализма и поддержание инерционности развития аграрных сообществ, и исторической преемственности, устойчивости, воспроизводства социальной целостности социумов в условиях стремительных для них перемен.

Как в Польше, так и России, именно унаследованные от прошлого периода особенности практик (институтов) семейного хозяйствования крестьян не вписались в практики современных аграрных реформ, чем и объясняется полученный эффект их блокировки, и возврата крестьян этих стран к уже апробированным практикам, используемыми ими на более раннем историческом этапе развития.

Свойственные различным этносам на протяжении всей истории их развития культурно-хозяйственные модели и практики невозможно отменить. Как продукт общественного разделения труда они возникают из недр развития социума и закрепляют хозяйственное решение, выбранное этносом в результате адаптации к условиям окружающей его среды. Воспроизводство и развитие сельского социума, обеспечение социальной защищенности его членов, освоение огромной территории – это стратегии хозяйственного поведения русских крестьян и других этносов России, складывающиеся в течение многих веков их эволюции. Они в корне отличаются от модели поведения акторов на рынке по образцу фермеров стран Запада – максимизации прибыли при минимуме затрат всех ресурсов: трудовых, материальных, пространственных. Именно эти, унаследованные от прошлых периодов истории Российского государства, характерные для различных этносов России особенности хозяйствования, не вписались в практику современных аграрных реформ в России. Этим и объясняется эффект их блокировки и возврата к традиционным практикам, в виде взаимодействия колхозов, переименованных в АО, и личных подсобных хозяйств крестьян. Необходимо создание нового механизма, воспроизводящего эталоны хозяйственного поведения, проверенного опытом исторического и хозяйственного развития российского социума, и соответствующего потребностям его дальнейшего социально-экономического развития. Необходима перезагрузка стратегий реформ и, возможно, уже на основе использования адаптационных моделей реформирования (реструктуризации) традиционных институтов (практик) хозяйствования. Как показывает опыт поступательного развития стран Азии, эти модели качественно лучше решают проблемы развития не

только села, но и города, в смысле продовольственной безопасности, стабилизации миграционных потоков и создания среды для устойчивого инновационного развития социума.

В условиях глобализации через механизм внешних миграционных и социальных контактов между представителями аграрных сообществ различных стран происходит обмен социально-экономической информацией с целью поиска новых идей и механизмов более эффективной их трансформации, и особенно стремительно этот процесс происходит в приграничных территориях, например, в соседней с Монголией – Республике Бурятия (Россия). На основе постоянных контактов акторов-крестьян идет процесс постепенного расширения границ аграрных практик, используемых сельчанами Бурятия, например, в сфере традиционного животноводства. Что в свою очередь влечет изменение социальных ориентаций крестьян на выбор, как показывают опросы, адаптивных, как более эффективных моделей трансформации аграрного сообщества. Поэтому в современный период такие неэффективные модели развития, как в России и странах СНГ, не могут сохраняться в течение длительного периода времени, как это происходило раньше в закрытых традиционных социумах и их экономиках. Они просто обречены на перезагрузку, что в дальнейшем может привести к реструктуризации традиционных хозяйственных практик и возможному прорыву жесткого каркаса неотрадиционализма.

В.А. Масликов
МАЙДАН: АРХЕОМОДЕРН ПО-УКРАИНСКИ

МАСЛИКОВ Вадим Александрович – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии и управления ГУУ. E-mail: virtu69@mail.ru

В настоящее время обсуждение трагедии Майдана ведется в большей степени в рамках политического, экономического, нормативно-правового поля. Социологическое осмысление происходящего появляется чаще в ракурсе первоначального постижения – уяснения демографических соотношений, ориентационных предпочтений, нащупывания реперных надломов и российских параллелей. Осмысление происходящего в свете дискурса о модерне, по всей вероятности, – дело недалекого будущего в связи с явной актуальностью такового дискурса в российском социологическом обществе и несомненной очевидностью его проявления в трагических событиях Майдана, осмысление источников которого определенно привнесет понимание и в сущность российских протестных событий.

Известно, что искрой в сухом хворосте народного недовольства, причиной негативной мобилизации участников Майдана послужило событие, выраженное в неподписании Соглашения об ассоциации Украины в Европейский Союз. Отклонившись от обсуждения плюсов и минусов этого документа, необходимо вспомнить, что население Украины усиленно готовили к обретению счастья в Евросоюзе все годы независимости, и особенно последние три года, на что западными странами были выделены фантастические деньги. Известно, что заводы, фабрики, инфраструктуру на эти деньги не строили, деньги шли на «развитие гражданского общества». Предположительно, страх потери попперовских идеалов и создал зловещую угрозу скатывания в «дремотную тиранию москальского таежного союза», вывел людей на баррикады («Это реакция людей на обманутые ожидания» – Илья Константинов). Со всех агитщитов Майдана, громкоговорящих устройств и СМИ громкогласно декларируется ненависть к России, русским и ко всему, что с этими понятиями связано (характерен плакат на палатке «Науковці»: «Не матюкайся – матери перетворюють тебе на москаля» – человек «гражданского общества» должен быть образованным, культурным, свободным и независимым). Русским быть не модно, не модерно – декларирует майданская пропаганда. Иными словами, налицо знакомое аксиологическое противоречие архаики и модерна.

Как и «дремотная тирания» – категория традиционного общества, так и «гражданское общество» – есть непрременный атрибут модерна. В свете непрерывного дискурса о сути модерна, его

необходимости и неотвратимости (Е.Г. Ясин...) или зловещести и недолговечности (А.Г. Дугин...), возникает вопрос: какие из ценностей модерна движут повстанцами, и модерном ли топят локомотивы революции.

При изучении поставленного вопроса под модерном в упрощенном виде понимается процесс трансформации крестьянского, в русском варианте и общинного общества, в индустриальное, индивидуализированное, приводящий к единой форме хозяйственного поведения, коммуникационных отношений, институциональной организации, культуры и духовной жизни и противопоставляется принципам традиционного общества.

Интерпретируя это понятие, можно выделить такие аспекты, как приоритет индустриально-рыночного поведения, обеспеченного либеральной идеологией, главенством закона над всеми членами общества, приоритет частных прав, индивидуальных особенностей, с вытекающей отсюда толерантностью, как надсоциокультурной догмой, требующей отказа от любых религиозных, национальных, государственных или даже семейных догм и табу, что обеспечивает мультикультурное взаимодействие. А также деидеологизацию культурных принципов и механизмов их производства, десакрализацию, секуляризацию, рационализацию и прагматизацию мотивов социального поведения, общечеловеческие, наднациональные базовые ценности и идеалы. При этом акцент ставится на научно-техническом развитии и экономической унификации.

В таком обществе, писал К. Поппер, индивиды свободны от различных табу и принимают решения исходя из достигнутого, в результате договоренности, консенсуса. Отмечая, что поскольку направления развития науки непредсказуемы, никакой постоянной формы государственной власти быть не может, а значит, политическая система должна быть настолько неустойчивой, чтобы ее можно было легко сменить, не применяя силы, для плавной смены всей политики, а для этого общество должно обладать признаками плюрализма и мультикультурализма.

Таким образом, слова «друга» Майдана, постоянного председателя ЕС Г. Ромпея о том, что такие понятия, как «народ» и «Родина» должны отправиться «на свалку истории» (которые он озвучивал не в Киеве, а в Берлине) вполне обоснованы мейнстримом модерна и проявляются во внешней, полированной пропаганде Майдана (особенно ярко демонстрируются множеством граждан Польши, раздающими тонны антирусских глянцевых агиток, плакатов, выпускающих польские газеты и др., другими гражданами модерна, кричащими с трибуны «я был француз, но теперь я украинец»...).

Но значительная часть Майдана, не отталкивая «западные ценности», в то же время и не скрывает недоверия тем публичным лицам, которые представляют ее в переговорном процессе, представляясь лидерами революции и носителями модерна – «европейского выбора». А один из самых популярных героев Майдана, Дмитрий Ярош, вообще представляет антиромпеевскую крамолу: «Это не будет гражданская война, это будет национально-освободительная война». Такую аксиологическую какофонию Александр Гельевич Дугин называет археомодерном.

Возникает вопрос – насколько украинское общество Майдана осознает истинные европейские ценности, и не спрятана ли здесь под маской отторжения «тирании москалей» попытка слома исторической колеи («path dependence») Дугласа Норта? Ведь не только он фиксировал болезненную конфликтность модернизируемого общества, что вытекает из явно взаимоисключающих характеристик традиционного и индустриального обществ. Особенно актуальной гипотеза о противоречии ценностных ориентаций Майдана и модерна видится в свете того, что значительный контингент повстанцев представлен жителями в основном крестьянской западной части Украины.

Опираясь на труды Л.Г. Бызова, М.К. Горшкова, А.Г. Здравомыслова, К. Касьяновой, Н.И. Лапина, М.В. Масловскова, Д.Г. Подвойскова, Ж.Т. Тощенко, В.А. Ядова, других отечественных социологов, а также на результаты исследований ИС РАН, ВЦИОМа, Социологического центра ВС РФ, группы «Томская инициатива», и других авторов и авторских коллективов, возникает идея трехуровневой структуры ценностей, включающей ценности от твердо-материальных до эфирно-духовных, а именно: насущные, соборные и духовные. При этом насущные ценности (цслав.; ср. ст.-слав. насштънь: «на текущий день») – это настоящее и осязаемое, органически необходимое, то, что важно «на текущий день», а потому и самое постоянное; неотъемлемые ценности жизнеобеспечения,

продолжения и сохранения жизни, рода. Соборные ценности – представления об общественном существовании в имманентном единстве, соотношении индивидуального и социального, принципах отношения к миру, ориентированных на нравственной регламентированности отношений. Духовные ценности – это воспринятые атрибуты добра и зла, нравственного выбора, смысла истории и предназначения человека и Отечества, религиозные догматы и правила.

Результаты проведенного исследования в целом подтвердили гипотезу о магической силе самого слова «европейские ценности», так, 68% респондентов заявили, что они придерживаются именно европейской «целерациональной» поведенческой модели, для более 70% наиболее приемлемой формой правления является либерально-демократическая..., но на ряд проверочных вопросов часто был дан ответ, не подтверждающий понятийное соответствие этого выбора. Так, 96% респондентов готовы в роли капитана корабля, рискуя жизнью, покинуть его последним, для 65% ребенок в семье – это счастье, в то время как лишь для 1% потенциальный помощник, опора в старости и ни для кого не обуза, 88%, что на Украине нужна своя крепкая армия, при этом половина считает, что каждый парень обязан «отдать долг» Родине – служить срочную службу и так далее.

В итоге участники Майдана ни по каким из трех уровней описанной выше модели ценностей не набрали такого количества ответов, которое позволило бы сделать вывод о поиске повстанцами именно западных ценностей модерна. Но полученные данные напомнили фразу немецкого социолога Макса Шелера о том, что ««Беспорядок сердца» происходит всякий раз, когда человек предпочитает ценность более низкого ранга ценности более высокого ранга, или неценности – ценностям».

Муха В.Н.

НОРМЫ МЕЖЭТНИЧЕСКОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ПОЛИЭТНИЧЕСКОЙ СРЕДЕ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ)

МУХА Виктория Николаевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, правоведения и работы с персоналом КубГТУ. E-mail: v.mukha@bk.ru.

Этноконтактные ситуации подразумевают межэтническое взаимодействие, во время которого происходит актуализация системы этнических стереотипов. При этом содержание этнических образов не служит гарантом поведенческих прогнозов, так как между этническими установками и фактическим поведением существует определенная дистанция. Общие ценности и нормы, похожесть взаимодействующих этнических групп, как правило, определяют толерантные модели поведения, тогда как существенные различия способствуют возникновению противоречий, социальной напряженности, перерастают в открытое проявление агрессии. Следует отметить, что выделяют два основных типа агрессии: мотивационную агрессию (агрессия как самооценочность) и инструментальную (агрессия как средство).

В условиях полиэтничного региона необходимость взаимодействия представителей разных этносов при одновременном стремлении сохранить этническую самобытность нередко приводит к росту межэтнической интолерантности, неустойчивости межгрупповых социальных отношений.

В рамках реализации проекта ««Идентификационные риски в полиэтничном пространстве региона», поддержанного грантом Президента РФ (МК-4165.2013.6)» декабре 2013 г. было проведено анкетирование населения Краснодарского края. Выборка составила 1200 чел. в возрасте старше 18 лет (квотная выборка по признакам пола, возраста, уровню образования, этническому составу и соотношению городского и сельского населения), в опросный лист был включен блок вопросов, направленный на диагностику межэтнических отношений в регионе, норм межэтнического взаимодействия.

Предварительные анализ данных позволил сделать следующие выводы:

- 1 Несмотря на достаточно высокие показатели негативного отношения к мигрантам (42% относятся в той или иной степени отрицательно к наличию мигрантов на территории края), большинство опрошенных (до 70%) не настроены на насильственные конфликтные действия и заинтересованы в сохранении межэтнического согласия в крае. Это подтверждает и отсутствие отрицательного опыта в межэтнических контактах у большей части респондентов (у 48,6% респондентов нет отрицательного опыта взаимодействия с представителями другой национальности), и в наличии ценностных ориентаций на сохранение социально-экономической и межнациональной стабильности в регионе (34%).
- 2 Население края в целом ориентировано на межэтническое согласие. Анализ мотивов, определяющих поведение в ситуации межэтнического взаимодействия, показывает преобладание утилитарных, прагматических мотивов: «поведение человека, с которым контактирую» (56,9%), установки, почерпнутые из личного опыта (42,3%), этнические стереотипы, существующие в виде личностных установок («мое представление о людях этой национальности» 24,9%) и «собственные мотивы и интересы» (22,8%). Тогда как общественные нормы (19,9%) и «схемы поведения, которыми пользуется большинство представителей моего этноса» (4,9%) не выступают в таких ситуациях ведущими регуляторами.
- 3 В ситуациях непосредственного конфликтного столкновения с представителями другой национальности респонденты склонны либо к активной интолерантности по принципу «око за око» – «в таких ситуациях надо отвечать тем же» – 35%, либо контролируют проявление аффектов и демонстрируют сдержанность – «испытываю неприятные ощущения, но отрицательные эмоции оставляю при себе» – 38%. Менее распространены намерения использовать отсроченное действие по принципу «затаить злобу» – 6%, или подавить реакцию из-за ощущения своего бессилия – в 11%.
- 4 Реакции на конфликтную ситуацию также рассматривались на основе индикатора инструментальной агрессии. Инструментальная агрессия, как социально мотивированная форма поведения, предполагает признание возможности агрессивных действий при наличии важных оправдательных причин. На личностном уровне достаточно высок показатель враждебной агрессии («прямая угроза жизни, семье» 45,6%) и ответная агрессия («ответ на оскорбительное поведение» 21,2%). Значимые различия по количеству агрессивных ответов были получены между мужчинами и женщинами. Так норму возмездия («ответ на оскорбление») практически в три раза чаще стараются соблюдать мужчины. Женщинам более свойственно подавление агрессии и стремление сгладить конфликт, пойти на односторонние уступки. Число сторонников крайней формы агрессии в целом по выборке незначительно, что создает потенциал для снижения межэтнической напряженности.

С.В. Патрушев

**ПРОБЛЕМА МОРАЛИ И КОНСОЛИДАЦИИ В УСЛОВИЯХ СОЦИОКУЛЬТУРНОГО РАСКОЛА
И ФРАГМЕНТАЦИИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ПОРЯДКА В РОССИИ.**

ПАТРУШЕВ Сергей Викторович – кандидат исторических наук, заведующий отделом сравнительных политических исследований Института социологии РАН, профессор Всероссийской академии внешней торговли. E-mail: patrushev2009@hotmail.com

Институциональный политический порядок современного общества как форма социетальной интеграции опирается на универсализм реализуемых моральных и гражданских добродетелей – доверия, уважения к другому, солидарности, реципрокности, равенства, свободы и справедливости [1].

Сама по себе констатация морального кризиса или даже моральной деградации мало о чем говорит. В США XXI в/, например, 60–70% граждан недовольны моральным климатом в стране [2].

В России признание важности для себя и для будущего страны базовых моральных ценностей, гражданских добродетелей не означает для россиян готовности и возможности их реализации, прежде всего в гражданских и политических действиях. Между тем, моральный выбор и политическое действие связаны друг с другом: проблемные политические ситуации инициируют моральное мышление, результаты которого реализуются в политической практике [3].

В России растущий запрос на мораль остается в рамках должного и не приводит, по мнению самих же россиян, к изменению сущего, моральное состояние которого не устраивает большинство. В моральном должном нарастают множественные социокультурные расколы по поводу «модерновых» и «традиционалистских» ценностей, в частности, узко понимаемых «прав человека» и подчас латентных «традиций» русской духовности.

Моральное поведение связывается россиянами с внутренними (воспитание, убеждения, стыд) и внешними (боязнь осуждения и страх наказания) мотивами. Особое место занимает выгода, которая является не только (а подчас и не столько) рациональной причиной «морального поведения», но скорее способом адаптации к нормативно-ценностной среде, в которой, по мнению респондентов, выгода господствует. В связи с попытками формирования «рыночного общества» следует отметить, что за пределами России «дискурс рынка все чаще формулируется в моральном и цивилизационном плане, а не просто в традиционных терминах корысти и эффективности. ...Технократического опыта уже не достаточно, чтобы генерировать легитимность, и он нуждается в подкреплении более возвышенными идеалами и практиками» [4].

В России моральная мотивация выступает не объединяющим, а скорее разъединяющим основанием – в силу локализации морального порядка в различных малых сообществах (семья, родственники, друзья, коллеги, земляки) и непринятия за их пределами моральной ответственности за кого или что-либо.

Локальность и множественность моральных порядков и социальный пессимизм осложняют разворачивание практик, формирующих, воспроизводящих и трансформирующих правовой и политический порядки, современные социальные и политические пространства, и препятствуют общественной консолидации, в основе которой, в конечном счете, лежит базовый моральный консенсус.

Повседневные практики россиян ориентируются на использование личных связей и знакомств с «нужными» людьми как наиболее эффективного способа решения большинства проблем. Воспроизводство клика как основного элемента социальной структуры ведет к сохранению низкого уровня как социетального доверия, так и доверия к властным институтам, поддерживает тенденцию к эгоизации, а не индивидуализации (предполагающей социальную ответственность), усиливает фрагментированность институционального порядка и определяет пределы общественной консолидации.

Литература

- 1 Гражданское и политическое в российских общественных практиках / Под ред. С.В. Патрушева. М.: РОССПЭН, 2013.
- 2 Gallup. Moral Issues // <http://www.gallup.com/poll/1681/moral-issues.aspx>
- 3 Поцелуев С.П., Константинов М.С. Деятельностный подход: мораль в структуре политических взаимодействий // Политическая концептология. 2013. №4. С.187-198.
- 4 Fourcade M., Healy K. Moral Views of Market Society // Annual Review of Sociology. 2007. Vol. 33. P. 285-311.

В.В. Петухов

ОБЩЕСТВЕННАЯ МОРАЛЬ: ДЕГРАДАЦИЯ НРАВОВ ИЛИ КРИЗИС МЕЖЛИЧНОСТНОГО ДОВЕРИЯ?

ПЕТУХОВ Владимир Васильевич - кандидат философских наук, руководитель Центра комплексных исследований ИС РАН. E-mail: petuhovvv@mail.ru.

В обсуждаемой теме есть множество аспектов, остановимся лишь на некоторых из них.

Требует прояснения гипотеза о «моральной деградации» российского общества. Судя по результатам исследований, она верна лишь отчасти, а в действительности имеет место деактуализация многих базовых моральных норм и принципов, которые еще недавно формировали жизненные практики (трудолюбие, честность, скромность, и т.п.). Отсюда – моральный релятивизм, когда не только размывается грань между добром и злом, но и растет уровень «толерантности» в отношении возможности отступления от некоторых норм для «пользы дела». А в качестве компенсации за некоторый душевный дискомфорт, можно смело возвысить свой голос, например, против «гейского засилья».

Чрезвычайно важным сегодня является вопрос о «поставщиках» моральных ценностей и ориентации. Государство в 1990-е гг. устранилось из сферы частной жизни граждан, и сейчас пытается вернуться, но делает это крайне неуклюже и выборочно. А традиционные институты – семья и школа – не справляются. То же самое можно сказать и о РПЦ. На этом фоне проблемой становится появление огромного числа «инициативных самозванцев», претендующих на роль моральных авторитетов. Ситуация усугубляется кризисом межличностного доверия, когда люди думают о своих соотечественниках хуже, чем они есть на самом деле и соответствующим образом относятся к ним.

Главная проблема сегодняшнего дня, на мой взгляд, – это не бытовая распущенность и аморализм, а нарастающий разрыв между этическими установками и социальной средой, укоренившийся, особенно в молодежной среде, стереотип – что современное российское общество устроено таким образом, что в нем жизненный успех и следование моральным нормам – вещи несовместимые. Т.е., играя по правилам, ты всегда или почти всегда проигрываешь. Соответственно, эти правила и нормы перестают быть побудительным мотивом социального действия и, следовательно, все разговоры о традиционных ценностях не стоят и выеденного яйца.

Наконец, важно выяснить отношение общества к попыткам государства вернуться в сферу частной жизни граждан, учитывая, что основой негласного социального контракта начала 2000-х было именно невмешательство властей и общества в дела друг друга. Представляется, что и сегодня далеко не все, что делается для «улучшения общественных нравов» вызывает одобрение, особенно в отдельных группах и слоях. Но какие-то действия могут вызвать поддержку. Мне представляется, безусловное одобрение вызвало бы выдвижение на передний план не на словах а на деле, задачи реанимации инфраструктуры (во всех ее аспектах) воспитания и образования молодого поколения. Также актуальной является проблема санкций, мер принуждения к поведению адекватному цивилизованному обществу. Что можно и нужно делать, чтобы не допустить окончательного одичания некоторых наших сограждан? И одновременно с этим, как обозначить красную черту, которую государство в своем рдении об общественной пользе переступить не может? Это – предмет широкой общественной дискуссии, которая нам еще предстоит. Пока же доминирует метод «тыка» и залихватские, неподготовленные кампании.

В.Л. Римский
МОРАЛЬНОЕ ОДИНОЧЕСТВО И НЕМОТИВИРОВАННАЯ АГРЕССИЯ

РИМСКИЙ Владимир Львович – заведующий отделом социологии Фонда ИНДЕМ, Россия, Москва. E-mail: rim@indem.ru

Важной причиной того, что в последние годы наши граждане, выросшие в хороших семьях и даже сопротивляющиеся криминальным средам, стали оказываться способными осуществлять насилие над другими гражданами с нарушениями их прав и свобод, включая и нарушение права на жизнь, является низкий уровень морали в современном российском социуме. При этом опросы общественного мнения показывают, что российским гражданам заметна связь низкого уровня морали с возможностями расстрелов одними других, нередко ни в чем не повинных, и даже не причастных к жизни первых. В последнем случае весьма явным становится проявление немотивированной агрессии, которую могут осуществлять внешне вполне благополучные граждане, не имеющие психических отклонений.

Снижение уровня морали в российском социуме – это одно из последствий разнообразных экономических, политических и социальных реформ начала 90-х годов прошлого века. Ведь эти реформы привели к очень быстрым трансформациям социальной структуры российского социума, к разрушению регулирующих взаимодействия в нем общих моральных норм, к разрушению традиций, основанных на них и сложившихся в советский период норм и правил социального поведения. Падение морали оценивается российскими гражданами как одна из самых существенных общества за годы таких реформ. Их последствиями стали и нарастающая социальная аномия, а не только плюрализм мнений, норм и правил социального поведения. Ведь в ходе российских реформ создавались не только формальные нормы и правила поведения, но и неформальные. И, если формальные нормы и правила внедрялись целенаправленно и осознанно на основе писаных законов и других нормативно-правовых актов, неформальные нормы и правила появлялись как реакция на неадекватности формальных, как способы решений разнообразных проблем в социальных взаимодействиях, как способы адаптации к реальным ситуациям. Поэтому неформальные нормы и правила нередко оказывались сильнее формальных, а потому исправить общественную мораль средствами права и закона российским органам власти не удавалось.

Российское государство отказалось от исполнения функции воспитания граждан и поддержания в социуме общих моральных норм и правил, оно стало воздействовать на сознание граждан почти исключительно с помощью внедрения норм законов, социальной рекламы или пропаганды тех или иных этических принципов. Но моральные нормы и правила усваиваются в процессе социализации и наиболее прочно – в самых ранних возрастах. Впоследствии нормы и правила морали применяются индивидами во многом неосознанно, их применение мотивируется подсознанием. В такой ситуации оказалось, что детские сады, школы и другие социальные институты воспитания оказываются неспособными обеспечить социализацию граждан с усвоением ими общих моральных норм и правил. Во многом это происходит потому, что российское государство отказалось поддерживать такую социализацию своих граждан, а никакие другие социальные институты за выполнение этой функции не взялись.

И при этом самостоятельно, без опоры на общие нормы и правила морали, большинство российских граждан оказалось неспособным оценить адекватно уровень снижения своей собственной морали и нравственности. И потому нередко совершенно нормальные и благополучные по внешним признакам семьи оказывались неспособными воспитывать у своих детей нормы и правила общественной морали. Более того, для большинства российских граждан уже стало вообще непонятным, какими могут быть нормы и правила такой общественной морали. В большинстве случаев семьи воспитывали в своих детях нормы морали и нравственности, принятые родителями, не

осознавая, что эти нормы расходятся с нормами морали общественной. Более того, не осознавая, что такое расхождение норм семейной и общественной морали может рано или поздно привести их детей к немотивируемой рационально агрессии против чужих индивидов, против совершенно неповинных граждан.

Подтверждением того, что вполне нормальные индивиды склонны к насилию, является распространенность среди них предпочтений просмотров в кино и на телевидении фильмов ужасов и боевиков, в которых много насилия, стрельбы, кровопролития. Такие предпочтения являются следствиями желаний разрешения конфликтов в социальных взаимодействиях, которые большинство разрешает символически просмотром соответствующих кино- и телефильмов, телепрограмм с демонстрацией преступлений и борьбы с ними, включая и проявления насилия. Любой социум и государство, включая и российские, тормозят и подавляют проявления основных человеческих инстинктов – власти, сексуальности, самосохранения и поддержания жизни. Это подавление считается правильным и справедливым, поскольку позволяет управлять мотивациями, потребностями и социальными действиями индивидов. Но когда такое подавление основных инстинктов со стороны общества и государства становится слишком сильным, а этому способствует постоянное ужесточение санкций за нарушения и преступления со стороны российских законодателей, индивиды ищут возможности хотя бы символического разрешения конфликтов, реализации этих инстинктов хотя бы в собственном воображении. Этому и помогает соответствующая кино- и телепродукция, в последний период – стали помогать и компьютерные игры с насилием, физическим уничтожением врагов и чужих, стрельбой по живым, хотя и виртуальным мишеням. Но в некоторых случаях символическое разрешение конфликтов и необходимость проявления основных инстинктов приводит индивидов к проявлениям физического насилия, вплоть до стрельбы из огнестрельного оружия на поражение. И вовсе не всегда такие индивиды способны рационально объяснить, почему они применили насилие, совершили убийство иногда совершенно безвинных граждан.

Одно из объяснений возникновения такой немотивируемой рационально агрессии у индивидов дал Эрих Фромм в своей книге «Бегство от свободы». Он описывал исторический процесс Нового времени в Западной Европе и Северной Америке, как последовательное расширение свободы индивидов от политических, экономических и духовных ограничений, включая и религиозные, а также от абсолютистского государства¹. Но слишком сильное освобождение индивидов от этих ограничений может привести к тому, что Э. Фромм назвал «моральным одиночеством», т.е. к отсутствию у индивидов «связанности с какими-либо ценностями, символами, устоями». Но, поскольку человек – существо социальное, такое моральное одиночество для него непереносимо. Ведь для жизни в обществе необходимо сотрудничество с другими его членами².

И вот когда возникает такое моральное одиночество, когда нарушаются социальные связи, индивид ощущает себя противостоящим чуждому ему миру. Для выхода из этого состояния морального одиночества, индивид может выбрать два пути, пишет Э. Фромм: «Один путь ведет его к «позитивной» свободе; он может спонтанно связать себя с миром через любовь и труд, через подлинное проявление своих чувственных, интеллектуальных и эмоциональных способностей; таким образом он может вновь обрести единство с людьми, с миром и с самим собой, не отказываясь при этом от независимости и целостности своего собственного «я». Другой путь – это путь назад: отказ человека от свободы в попытке преодолеть свое одиночество, устранив разрыв, возникший между его личностью и окружающим миром. Этот второй путь никогда не возвращает человека в органическое единство с миром, в котором он пребывал раньше, пока не стал «индивидом», – ведь его отделенность уже необратима, – это попросту бегство из невыносимой ситуации, в которой он не может дальше жить. Такое бегство имеет вынужденный характер – как и любое бегство от любой угрозы, вызывающей панику, – и в то же время оно связано с более или менее полным отказом от индивидуальности и

¹ Фромм Э.. Бегство от свободы. – М., 2009. С. 4.

² Там же. С. 10–11.

целостности человеческого «Я». Это решение не ведет к счастью и позитивной свободе; в принципе оно аналогично тем решениям, какие мы встречаем во всех невротических явлениях. Оно смягчает невыносимую тревогу, избавляет от паники и делает жизнь терпимой, но не решает коренной проблемы и за него приходится зачастую расплачиваться тем, что вся жизнь превращается в одну лишь автоматическую, вынужденную деятельность»³.

Выбирая первый путь раскрытия своих «чувственных, интеллектуальных и эмоциональных» способностей индивид подчиняется и одновременно поддерживает нормы общей морали. Выбирая второй путь бегства от свободы, которая ему предоставляется обществом, индивид постоянно ощущает собственную неполноценность и стремится ее преодолеть с помощью реализации инстинкта власти, заложенного в каждом человеке с рождения⁴. А поскольку инстинкт власти у индивида, выбравшего второй путь, не ограничивается общепринятыми моральными нормами, прежде всего, запретами нарушений прав и свобод других индивидов, этот инстинкт может реализовываться в немотивированной агрессии, направленной на других.

Индивид в состоянии морального одиночества нередко пытается с помощью такой агрессии и насилия над другими доказать самому себе свою способность властвовать. В таких случаях жертвами агрессии чаще всего становятся беззащитные индивиды, дети, старики, инвалиды, которые не могут защитить себя. Но удовлетворение от насилия над беззащитными людьми не может надолго удовлетворить его инстинкт власти агрессора. Каждый акт агрессии будет только смягчать постоянную тревогу, не будет решать проблемы жизни агрессора в социуме. И, если такого агрессора не остановить, он будет продолжать совершение актов насилия неограниченное число раз, что очень опасно для социума.

И, чтобы впоследствии было как можно меньше немотивированного насилия и расстрелов ни в чем не повинных граждан в нашей стране, необходимо вырабатывать и поддерживать общие моральные нормы в нашем социуме. Это может стать важнейшим стратегическим приоритетом деятельности государства и гражданского общества, основанием их сотрудничества. Кроме того, безусловно, требуется существенная перестройка системы воспитания и образования, которая должна давать возможности и умения всем гражданам не попадать в ситуации морального одиночества, а, попадая – выбирать для выхода из них первый путь, намеченный Э. Фроммом, путь достижения единства с социумом, с окружающим миром и с самим собой.

Литература

- 1 Фромм Э.. Бегство от свободы. – М., АСТ, 2009.

Л.В. Рожкова ЦЕННОСТИ СОЦИАЛЬНОЙ КОНСОЛИДАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ

РОЖКОВА Лилия Валерьевна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры «Экономическая теория и мировая экономика» Пензенского государственного университета, E-mail: tataeva_lv@mail.ru

Проведение технико-технологической и политико-экономической модернизации в российском обществе является первостепенным условием его дальнейшего развития. Однако этот процесс невозможен без осуществления социокультурной модернизации, иначе говоря, без формирования социальных субъектов, обладающих соответствующим типом сознания, придерживающихся

³ Там же. С. 59.

⁴ Там же. С. 62–63; http://book2.me/b/Begstvo_ot_svobody.rar.

инновационных ориентаций, адекватных стоящим перед обществом задачам, и способных к участию в реализации модернизационных преобразований. Вместе с тем в современных условиях существенным препятствием модернизации является деформация многих ценностей. Данные различных социологических исследований фиксируют сочетание в массовом сознании соответствующих времени новых и некоторых традиционных ценностей. Однако традиционные ценности в большинстве разрушены под влиянием уже реализованного в российском обществе проекта модернизации, а современные закрепились в социокультурном пространстве российского общества с определенными противоречиями.

На фоне падения уровня жизни населения, углубляющегося социального неравенства, в условиях роста коррупции и отсутствия реального равенства всех перед законом и возможностью реализовать свои права происходит резкое снижение социальной консолидированности российского общества. Вместе с тем модернизационные преобразования невозможны без идентификационного фундамента модернизации – минимальной социальной сплоченности, консолидации общества.

В социологической науке консолидационные процессы анализируются в рамках понятий «социальная солидарность», «социальная сплоченность», «социальная консолидация», которые характеризуют некоторое состояние единства. У истоков изучения социальной солидарности стоит Э. Дюркгейм, рассматривающий ее как сплоченность общества в одно единое целое [1]. Она есть солидарность простых людей с такими же людьми; объединение граждан страны в рамках общенациональных интересов (В.А. Ядов) [2, с. 94]. В социологической интерпретации социальная сплоченность – некоторое состояние общества, которое сплочено узлами солидарности, общими ценностями (ее основные компоненты – социальная интеграция, солидаризация граждан, социальная справедливость, социальная инклюзия, толерантность, социальное доверие (В.Н. Ярская, Е.Р. Ярская-Смирнова и др.)) [3, с. 150–151]. Понятие «социальная консолидация» (М.К. Горшков, Н.Е. Тихонова [4], В.В. Локосов, В.Л. Шульц [5] и др.) рассматривается как процесс социального единения, сплочения общества в рамках общих норм, ценностей, национальных интересов с целью успешной реализации модернизационных процессов.

Зачастую исследователи акцентируют внимание на анализе эволюционирования ценностей и ориентаций индивидов «в сторону» модернизации, видимо, предполагая, что идентификационный фундамент модернизации уже присутствует. Однако это далеко не очевидно, поскольку субъекты модернизации не только должны быть ориентированы на модернизационные ценности, но и должны сохранять достаточно высокий уровень социальной консолидации. Эта проблема особенно актуальна в условиях дезинтеграционных процессов постсоветского общества, связанных с распадом его институциональной целостности в аксиологическом аспекте. Очевидно, что неизбежная анонимизация общества в условиях быстрых перемен (в том числе и модернизационных) при определенных условиях может подорвать сами идентификационные основы государственности – особенно в многонациональной и многоконфессиональной стране. Поэтому даже при условии высокой распространенности модернизационных ориентаций и ценностей, но при отсутствии необходимого уровня социальной консолидации модернизация страны невозможна.

Социальная консолидация представляет собой процесс социального единения населения, сплочения общества в рамках общих норм, ценностей, общенациональных интересов. Ценности социальной консолидации составляют фундамент модернизации, отражают солидарную связь, сплоченность «вокруг своих» – доверие, государственно-гражданская идентичность, нравственные компоненты гражданственности – патриотизм и гражданская ответственность. Отражаясь в групповом сознании россиян в виде высших принципов организации социальных взаимодействий, они оказывают влияние на успешность реализации модернизационных проектов.

Для изучения ценностей социальной консолидации был проведен ряд социологических исследований: анкетный опрос студенческой молодежи регионов Поволжья «Модернизационные ориентации и ценности студенческой молодежи» ($n=1254$, Пензенская и Ульяновская области, республики Мордовия и Татарстан, 2010 г.) [6]; анкетный опрос в рамках гранта РФФИ (проект № 12-03-00116) при непосредственном участии автора «Динамика ценностей и ориентаций студенческой

молодежи Приволжского федерального округа в условиях социокультурной модернизации России» ($n=638$, г. Пенза, 2012, г. Уфа) [7].

По материалам исследований было установлено, что уровень институционального доверия в целом по выборке имеет средние значения (около 60%). Больше всего респонденты доверяют высшему руководству страны; затем по убывающей – церкви, судебной системе, руководству субъектов РФ, СМИ. Межличностное доверие в студенческой среде имеет высокие значения (около 80%); особенно среди девушек, сельских жителей. По данным опросов доминирует формально-нормативный подход в понимании студентами гражданства. Основные факторы консолидации с гражданами России – единое государство (56%), язык (43%). Уровень патриотизма составляет около 40%, эту ценность больше всего поддерживают студенты из сельских поселений, девушки, русские студенты. Ответственность за судьбу страны разделяют четверть студентов (16–17%), в большей мере девушки и студенты из сельских поселений. В целом по выборке отмечается высокий уровень государственно-гражданской идентичности (более 70%), который имеет тенденцию к увеличению (по данным 2010–2012 гг.). Близость с гражданами России и россиянами несколько выше среди студентов из сельской местности, русских студентов, юношей. Студенты демонстрируют толерантные установки: к другой культуре – 36% респондентов, к людям другой национальности – 44%. Большинство студентов выступают за равенство прав представителей различных национальностей в многонациональной России (70%), демонстрируют высокую готовность к межнациональному общению в разных сферах жизнедеятельности (около 80-90%). Однако среди трети студентов распространены националистические, ксенофобские настроения. Большинство студентов не испытывают неприязни к представителям каких-либо национальностей (65%), но в большей мере вызывают неприязнь представители Кавказа и Средней Азии. Установлено, что более высокий уровень этнической толерантности у студентов – татар, девушек. Таким образом, в ходе опросов обнаружена неравномерность в развитии ценностей социальной консолидации: высокий уровень межличностного доверия, самоидентификации с гражданами России, невысокие показатели институционального доверия и эмоциональных компонентов гражданской идентичности, низкий уровень гражданственности. В целом можно сказать, что среди студентов больше лиц, которые готовы не столько осуществлять модернизационный проект, сколько просто жить в модернизированном обществе.

Литература

- 1 Дюркгейм, Э. О разделении общественного труда / Э. Дюркгейм. – М.: Наука, 1996. – 432 с.
- 2 Ядов, В.А. Солидарности россиян в повседневной жизни и в общегосударственном масштабе // Общество и экономика. – 2002. – № 12. – С. 90-94
- 3 Ярская, В.Н. Социальная сплоченность: выбор идеологии и механизма реализации / В.Н. Ярская, Е.Р. Ярская-Смирнова // Интеллигенция и идеалы российского общества: Сб. статей по материалам XI междунар. теор.-метод. конф. – М.: РГГУ, 2010. – С. 150-159
- 4 Социокультурные факторы консолидации российского общества / М.К. Горшков, Н.Е. Тихонова. – М.: ИС РАН, 2013. – 54 с.
- 5 Локосов, В. В. Основания консолидации российского общества (социологические аспекты) / В. В. Локосов, В. Л. Шульц. – М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2008. – 168 с.
- 6 Рожкова, Л. В. Модернизационные ориентации и ценности современной студенческой молодежи: моногр. / Л. В. Рожкова. – Пенза: Изд-во ПГУ, 2011. – 330 с.
- 7 Рожкова, Л. В. Динамика ценностей студенческой молодежи в условиях социокультурной модернизации: моногр. / Л. В. Рожкова. – Прага: Vědecko vydavatelské centrum «Sociosféra-CZ», 2013. – 140 с.

Г.В. Рябцовский

КОННОТАЦИЯ ЭТНИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

РЯБЦОВСКИЙ Георгий Владимирович – соискатель, директор Центра информационных систем, Брянский филиал РАНГигС. E-mail: grnp13@yandex.ru.

Априорное знание предполагает, что за постановкой проблемы российской национальной политики должно следовать познание того, что процесс исторического становления наций [1, с. 45] не есть простое фиксирование последовательности, фактов и событий, а то, что человек, принадлежащий к тому или иному этносу, не только отражает окружающий его мир, но и сам творит этот мир [2, 202–204].

Постсоветский либерализм, спровоцировавший не правовую, а «спонтанную свободу» [3], привел к тому, что наиболее «активные», чаще нормативно-неконтролируемые криминальные и этнокриминальные группы, стали перемещаться по стране в «места праздности» [4]. Причины таких утверждений предельно ясны: любые экономические институты являются воплощением определенных привычек поведения, способов хозяйствования, культуры, обычаев и традиций. Однако непреходящим свидетельством становления любой частной собственности является возникновение демонстративного поведения праздного класса. В свое время, изучая этапы становления института частной собственности, норвежский социолог Т.Веблен выделял две стадии зарождения демонстративного поведения: 1) начальная, связанная с «...приобретением путем захвата и обращения в свою пользу...» собственности, когда «...возникновение праздного класса совпадает с зарождением собственности...»; последующая стадия, «...организация производства на основе частной собственности...», когда «...трофеи хищнических набегов как общепринятый показатель успеха и превосходства в силе... все более заменяются накапливаемой собственностью...» [4, с. 72, 77].

Таким образом, по утверждению Т. Веблена, собственность становится неким мерилем богатства и традиционной основой уважения в обществе [5]. Обращаясь к конкретному исследовательскому опыту применения теории Веблена для анализа и детального изучения социальной ситуации в полиэтничном обществе, можно сделать вывод, что «принадлежность к богатству» является важной и необходимой предпосылкой поведения представителей этнических групп в социальной «иносреде». Выясняется следующий, конечно, не претендующий на полноту перечень тех проблем, которые сопровождают различные формы «демонстративного поведения» для утверждения некоторого неформального стандарта быть членом своего, либо «иноэтносоциального» сообщества [6] по сравнению с теми, кто не может быть приближен к общественным ресурсам, отчего они, чаще, получают отрицательную оценку своих собратьев. Как оказывается, в таких ситуациях выбора вступают в действие ценности и критерии иносреды. В процессе оценки «демонстративного поведения» в иносреде можно констатировать, что основной целью утверждения этих стандартов является не потребление, а «завистническое сравнение». Если бы стимулом к накоплению, возвращаясь Веблену, была: «...нужда в средствах существования или в материальных благах, тогда совокупные экономические потребности общества понятным образом могли быть удовлетворены при каком-то уровне развития производственной эффективности...», но, поскольку, прибегая от «завистнического сопоставления» к «ложной престижности» в иноэтносоциальной среде, «...никакое приближение к определенному уровню потребления невозможно...» [4, с. 80]. Следует подчеркнуть, что в современных условиях, скорее всего, и среда проживания, и язык общения, и конфессиональная принадлежность уже не являются проявлением этничности в социальных дистанциях. Тем не менее, переосмыслить в этом духе понятие этничность, национальность, нация – не значит усомниться в реальности их существования, принизить их силу и значимость. По мнению американского социолога Р.Брубейкера, такое переосмысление не должно означать их отсутствие [10]. Однако чрезвычайное влияние самоприписывание к «своим» этническим или социальным группам, фактически поставило под

сомнение автоматическое уравнение «этническая группа» = «культурная единица» [11].

Видимо, такая глубина происходящих процессов этносоциальной демаркации усложняется по мере интеграции в иносоциальную среду или расширения пространства миграции, где социальные пространства могут значительно отличаться [6]. Это показывает, что осознание этносами общей социальной картины иносреды с учетом особенностей этнической картины региона проживания и уровня восприятия этническими группами норм, свобод, защиты экономических и культурных интересов может стать основанием для представления о формах преодоления противоречия между неадекватностью современных требований социальности и этничности. Безусловно и другое, сам по себе русский этнос, если рассматривать его как основу российской нации, исторически терпим по отношению к иному образу жизни, культуре, обычаям и вере других этносов, до того момента пока они не переходят за определенные границы, устоявшихся неписанных норм общежития. Поэтому нарастание националистических проявлений в России, особенно в последнее время – это, скорее, не результат институализации «национализма», «шовинизма», «этноцентризма» или «этнофобии», спровоцированные правовой anomией, или как ярко определил Ф. Энгельс последствиями зарождения частной собственности: «...вульгарной жадностью, грубой страстью к наслаждениям, грязной скаредностью, корыстным стремлением к грабежу общего достояния...» [7], а конкретные случаи межэтнических конфликтов, которые под собой имеют вполне конкретные формы проявления этнической преступности, этносоциальной несправедливости, коррумпированности власти и органов правопорядка. Однако эти факты остаются фактами в сводках МВД до того момента, пока мы не рассматриваем данную проблему как отфиксированную конкретной этнической группой от повседневного житейского уровня до общенациональной проблемы. То, что Э. Дюркгейм подразумевал как отсутствие четких правил и норм поведения индивидов, когда зарождающаяся новая система ценностей ведет к болезненной общественной дезорганизации в период слишком внезапных этносоциальных преобразований [8, с. 294-296]. В этот момент, общественные ценности оказываются размытыми на фоне патологической концентрации либеральных ценностей, направленных на замену коллективных сил на индивидуалистские [8, с. 297]. Преодоление такой деструкции возможно только через солидаризацию с достижением высокой сплоченности этносоциальных групп. Но это не возможно, когда результат несогласованности между нормативной структурой и структурой возможностей этносоциальной системы, выступает как нарушение согласованности между нормами и ценностями, регулирующими один и тот же тип поведения индивидуума, индивидуальной и групповой адаптации [15].

Императивом существования любого общества является единое этносоциальное основание, которое служит общей системой координат, задавая индивидам нормы и способы ориентации в социуме [9]. Однако тот факт, что Российская Федерация является общим домом для всех российских народов, и все они обладают равными правами и возможностями с каждым годом становится все менее поддерживаемым. Если в начале 1990-х гг. это мнение было мнением очевидного большинства (64–65%), то уже в 2000-е гг. оно становилось все менее и менее поддерживаемым: с 61 до 47% в 2011 г. [12]. Вместе с тем по утверждению профессора Л. Дробижевой, выросла доля людей, которые полагают, что: «Россия многонациональная страна, но русские, составляя большинство, должны иметь больше прав» выросла с 14 до 31%. Выросла и доля россиян до 45% против 25% в 1995 г., которые считают, что: «Россия должна быть государством русских людей». Эту же проблему актуализировала, и Общественная палата Российской Федерации в ежегодном Докладе о состоянии гражданского общества в Российской Федерации за 2012 г. Ссылаясь на данные ВЦИОМ [13], несмотря на то что с 2000-х гг. не возникало опасности массовых национальных движений, проблемы в этносоциальной сфере в России остаются. Правда, за короткое историческое время достаточно трудно прогнозировать существенное изменение содержания этих проблем, но, с точки зрения этносоциального развития на первый план, сегодня, выходят две, наиболее актуальные проблемы.

Первая, связана с ролью этнокультурных факторов в процессе социально-экономической модернизации страны [14], в том числе готовность и способность представителей различных национальностей к современным видам деятельности.

Вторая проблема – место этничности в социальной стратификационной иерархии современной российской идентичности [12, с. 216–220]. Предметом этого анализа должно является реальное, а не символическое восприятие гражданами социального неравенства этнических групп, так как, растущая российская идентичность обладает высокой национально-культурной коннотацией этничности.

Литература

- 1 Хоскинг, Д. Может ли Россия стать национальным государством? [Текст] / Ab Imperio. – 2001. – № 1. – С. 45-49.
- 2 Ленин В.И. Конспект «Науки логики». Учение о понятии Г. Гегеля. Полн. собр. соч. Т. 29. изд. Политической литературы. – М. 1973 – С. 202–204.
- 3 Батыр, К.И. Декларация прав человека и гражданина 1789 г., СГП, 1980, №2).
- 4 Веблен, Т. Теория праздного класса / под общ. ред. д.э.н. В.В.Мотылева, Прогресс. М., 1984 – С. 175-179.
- 5 Дробижина Л.М. Этничность в социально-политическом пространстве Российской Федерации. Опыт 20 лет. / Л.М. Дробижина. Российское общество. Современные исследования. Новый хронограф, М.: 2013 – С. 196- 200.
- 6 Щепанский, Ян Элементарные понятия социологии / Прогресс, М.: 1969. – С. 50-53.
- 7 Энгельс, Ф. Происхождение семьи, частной собственности и государства // К. Маркса и Ф. Энгельса, изд. 2, т. 21, Государственное издательство политической литературы. М.: 1961. – С. 99.
- 8 Дюркгейм Э. Самоубийство. Социологический этюд. / Изд. подгот. В.А.Луковым. СПб., 1998. С. 294–296.
- 9 Вебер М. О некоторых категориях понимающей социологии // Избранные произведения. М., 1990.
- 10 Брубейкер, Р. Этничность без групп [Текст] /пер. с англ. И. Борисовой; Нац. исслед. ун-т Высшая школа экономики. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 408 с.
- 11 Экс-губернатор Пермского края решил пожить во Франции / Взгляд-деловая газета, ежедн. Интернет-изд. от 4 февраля 2014 г. // [сайт]:URL: <http://www.vz.ru/news/2014/2/4/671061.html> (дата последнего обращения 04.02.2014).
- 12 Дробижина Л.М. Этничность в социально-политическом пространстве Российской Федерации. Опыт 20 лет // Л.М. Дробижина. Российское общество. Современные исследования. Новый хронограф. – М., 2013 – С. 246–249.
- 13 Межнациональные отношения в России: мониторинг [Электронный ресурс] // Пресс-выпуск ВЦИОМ №2501 от 28.01.2014 [сайт]: // URL: <http://wciom.ru/index.php?id=195&uid=114690> (дата последнего обращения 28.01.2014).
- 14 Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют общественному прогрессу // Под редак. Л.Харрисона и С. Хантингтона. Московская школа политических исследований. М.: 2002 – 320с.
- 15 Туманов Г.Неместные для дискуссий [Электронный ресурс] // [сайт] Газета Коммерсантъ от 19.11.2013. URL: <http://www.kommersant.ru/doc/2346837> (дата обращения: 31.01.2014).

Н.В. Цыганенко
РЕГИОНАЛЬНАЯ ОБЩНОСТЬ КАК СУБЪЕКТ АНТИТЕРРОРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
(ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В г. БАРНАУЛЕ)

*ЦЫГАНЕНКО Наталия Викторовна - кандидат социологических наук, доцент кафедры теоретической и прикладной социологии Алтайского государственного технического университета им И. И. Ползунова.
E-mail: ziganenkonw@mail.ru*

К сожалению, события декабря 2013 г. в Волгограде в очередной раз продемонстрировали уязвимость нашего общества перед лицом террористической агрессии. Реакция власти проявилась в обсуждении мер противодействия террористической угрозе; депутатами Государственной Думы обсуждалась возможность введения правовой ответственности тех граждан, которые проявляют невнимательность и отсутствие бдительности. Не вызывает сомнения тезис о том, что общество и государство должны быть максимально консолидированы в обеспечении защиты жизни и здоровья граждан Российской Федерации, однако необходимо определить готовность населения (на уровне сознания и поведения) активно участвовать в повышении безопасности.

Субъектом борьбы с терроризмом и его профилактики являются как правоохранительные органы, так и гражданское население – отдельная, наиболее многочисленная группа. Отсутствие данных об уровне антитеррористической активности и информированности населения РФ и отдельных регионов не позволяет адекватно планировать, реализовывать и оценивать эффективность профилактических мер противодействия терроризму. Вышесказанное позволяет судить о целесообразности как информационных кампаний антитеррористической направленности в регионах РФ, так и о социологическом измерении их эффективности.

С целью повышения безопасности в регионе Управлением Алтайского края по печати и информации с 2012 г. проводится комплексная информационная кампания антитеррористической направленности «112 – Антитеррор», которая на первых этапах имела комплексное социологическое сопровождение со стороны научной лаборатории «Сила» Алтайского государственного технического университета. На первом этапе разработки информационной кампании методом фокус-групп были определены особенности восприятия аудиовизуальных средств кампании (баннеров, эмбиентов, слоганов, видеороликов), на втором – выявлены характеристики антитеррористической активности и информированности населения г. Барнаула; на третьем этапе определялась эффективность кампании «112 – Антитеррор».

Социологическое исследование проводилось в ноябре 2011 г. методом фокус-групп (1 этап), в мае (2 этап) и октябре (3 этап) 2012 г. методом опроса в форме анкетирования и формализованного интервью. Выборочная совокупность составила 450 человек; она определялась целью, задачами и возможностями исследования (последние оказались ограничены финансовыми возможностями заказчика). Кодировка и обсчет данных проводились с использованием программы обработки социологической информации SPSS.

В ходе исследования были получены количественные и качественные данные, которые позволяют охарактеризовать, во-первых, потенциал населения г. Барнаула как субъекта антитеррористической деятельности, во-вторых, эффективность информационных кампаний в повышении антитеррористической активности граждан.

В целом определилась тенденция восприятия угрозы терроризма как скорее не актуальной для Алтайского края как для региона, находящегося в отдаленности от центра страны и очагов межэтнической напряженности – такая оценка свойственна 44% респондентам. 30% опрошенных не разделяют подобную точку зрения, полагая, что терроризм носит глобальный характер и никакой регион мира и России не застрахован от террористической угрозы.

Важным показателем, характеризующим возможность антитеррористической активности, является информированность населения о том, куда и как можно и нужно сообщить в случае подозрения или возникновения террористической угрозы; как обеспечить адекватную связь с органами безопасности (полицией, МЧС, экстренными службами) с помощью разных средств: стационарного и мобильного телефонов, Интернета и т.д. В ходе исследования определено, что в 99% случаях респонденты будут сообщать о признаках возможной террористической угрозы в полицию. В некоторых случаях так же были названы МЧС (11%) и ФСБ (5%). Наиболее часто упоминается номер вызова полиции со стационарного телефона по номеру 02 (в 81% случаев); 15% респондентов так же указали номера соединения с полицией с помощью мобильного телефона: 6% из них указали номер 112 и 9% – номер 020. Число тех, кто назвал неправильный номер, составило 0,7%; 4% респондентов ответили, что не знают, куда и как можно сообщить о возможной террористической угрозе.

Активное участие населения в обеспечении безопасности и противодействии терроризму является одним из залогов успешности проведения антитеррористических кампаний. При ответе на вопрос: «Согласны ли Вы с тем, что население должно принимать активное участие в обеспечении своей безопасности и противодействии терроризму, или полагаете, что этим должны заниматься сотрудники силовых структур?» мнения респондентов разделились: 45% из них считают, что обеспечение безопасности граждан и противодействие терроризму – это дело власти, соответствующих служб, а не населения, что свидетельствует о высоком уровне доверия к силовым структурам. 41% опрошенных полагает, что население должно принимать активное участие в обеспечении безопасности и противодействии терроризму. Таким образом, можно говорить о доминанте формирующейся позиции личной ответственности населения г. Барнаула за безопасность. 12% респондентов высказались за сотрудничество, взаимодействие и взаимную ответственность населения и власти при главенствующей роли силовых структур.

При ответе на вопрос: «В какой форме лично Вы могли бы способствовать повышению безопасности в нашем обществе?» наибольшее количество респондентов выбрали ответы «Проявлять бдительность в транспорте, местах массового пребывания людей» – 72% и «Сообщать о подозрительных людях и бесхозных предметах правоохранительным органам» – 60%. Можно сделать вывод о том, что большинство населения термин «повышение безопасности» расшифровывает для себя как постоянную бдительность, опору на силовые структуры и как умение взаимодействовать с ними. На третьем месте по частоте выбора находится вариант «Овладеть навыками самозащиты, поведения в экстремальных ситуациях, оказания первой медицинской помощи» (34% опрошенных). 14% респондентов хотели бы иметь оружие и специальные средства для самозащиты. Менее популярны те формы личного участия граждан, которые потребуют затрат их личного времени или средств – такие как патрулирование улиц и работа в народных дружинах (приемлемы лишь для 8% опрошенных), участие в общественных мероприятиях по противодействию терроризму (4%). Респонденты не готовы перечислять средства в общественные фонды противодействия терроризму (0%), не готовы менять образ жизни – ограничить посещение массовых мероприятий, меньше пользоваться общественным транспортом (0,7%).

Важным индикатором антитеррористической активности является адекватность поведенческих реакций в условиях угрозы; ее выявлению служил вопрос о том, что будет делать респондент в случае обнаружения на улице подозрительного предмета (сумки): 66% опрошенных сообщат в соответствующие инстанции по телефону; 25% респондентов указали, что не придадут значения постороннему предмету, спокойно пройдут мимо; 13% опрошенных будут наблюдать за дальнейшим развитием событий, полагаясь на собственное умение определить степень «подозрительности» предмета.

В целом опрошенные проявили склонность к «ситуативным» формам участия в повышении безопасности, готовы действовать в случаях неблагополучия, а не в длительных или затратных проектах. Скорее, это правильная, «не тревожная» позиция, адекватная состоянию общественной безопасности в регионе.

При планировании и реализации информационных кампаний в регионе следует учесть

сформировавшуюся потенциальную готовность населения быть субъектом антитеррористической деятельности. Необходимо продолжить разъяснительную работу с населением о доступных ему формах противодействия терроризму, совершенствовать ее формы.

В центре внимания антитеррористической пропаганды должна быть, помимо информационной составляющей, гуманистическая: воспитание интернационализма, толерантности, интереса и уважения к национальным культурам, диалога между разными силами общества.

В целом следует отметить заинтересованность административных институтов Алтайского края в повышении антитеррористической безопасности и стремлении повысить уровень гражданской ответственности населения. В этих направлениях предпринимаются вполне конкретные шаги; важно, что в этом сложном процессе региональные власти стремятся получить обратную связь от населения, привлекая для этого социологические службы города.

В.А. Шилова

МОРАЛЬНЫЙ БЕСПОРЯДОК, КУЛЬТУРА НЕДОВЕРИЯ, КОММУНИКАТИВНЫЕ РАЗРЫВЫ, АГРЕССИЯ – ТРЕВОЖНЫЕ СИМПТОМЫ БОЛЕЗНИ ОБЩЕСТВА

ШИЛОВА Валентина Александровна – кандидат социологических наук, ученый секретарь и старший научный сотрудник Центра социологии управления и социальных технологий ФГБУН Институт социологии РАН. E-mail: vshilova@yandex.ru

Если мы условимся под моральным порядком понимать такое состояние общества, при котором абсолютным его большинством разделяются, поддерживаются и передаются от поколения к поколению ценности, традиции и образцы нравственного поведения. Для создания идеального морального порядка в обществе необходимо три условия – это наличие тех самых нравственных образцов, с одной стороны, их соблюдение и эффективная репродукция, с другой.

Дихотомией морального порядка будет моральный беспорядок. Моральный беспорядок – это такое состояние общества, где отсутствуют или присутствуют, но не разделяются и не соблюдаются большинством нравственные ценности, традиции и образцы поведения, осложнен процесс их репродукции.

Наступившая в постсоветский период культурная анемия сохраняется, на мой взгляд, до настоящего момента, и, безусловно, основной дефицит в области морали и нравственности. Ситуация отягчается сложившейся в обществе культурой недоверия.

В своей работе «Доверие- основа общества» П. Штомка детально проанализировал данный социокультурный феномен, обосновал его важность и необходимость формирования. Если общество доверия делает людей доверчивыми, добрыми и обязательными, культура недоверия продуцирует цинизм, обман, недоверчивость и подозрительность [1, с.326-327]. От культуры недоверия мы идем к обществу отчужденности. Смещаются ценностные критерии, теряют важность моральные ценности – честность, порядочность, ответственность, принципиальность и др.

Мне абсолютно созвучно высказывание о том, что «современное человечество воспринимает беспорядок как нечто более красочное, чем нравственный порядок» [2]. И здесь важны серьезные аргументы ученых, чтобы задать верный вектор общественного развития.

«Культура, в широком смысле этого слова, создана человеком для взаимопонимания» [2]. В настоящий момент разными учеными фиксируются коммуникативные разрывы, такие ситуации, когда коммуникация между разными социальными группами становится невозможной в силу глубинных ценностных противоречий [3]. Культура становится причиной коммуникативных барьеров и их глубинным последствием – разрывам.

На наш взгляд возникает логическая цепочка: коммуникативные барьеры и разрывы формируют общество недоверия, при отсутствии благополучной коммуникативной среды возникает

вакуум и дефицит морально-нравственных стереотипов и установок, затрудняется их передача от поколения к поколению, возникает агрессия.

Агрессия из защитного коммуникативного механизма превращается в жизненную стратегию, получает легитимность и статус ценности, укореняется в общественном сознании и передается, как установка.

Организаторами секции «Моральный порядок и агрессия» была обозначена значимая роль, гражданского общества в процессе формирования благоприятного морально-нравственного климата в обществе, снижения уровня агрессии. Это, безусловно, возможно, но для этого необходимо сформировать доверительные отношения населения к общественным организациям и их активистам. По данным комплексного диагностического исследования коммуникативной структуры гражданского общества РФ в 2012 году 44% опрошенных не доверяют политическим общественным организациям, 31% – религиозным, 29% – профсоюзным, 20% – правозащитным и благотворительным, 18% – просветительским, 16% – экологическим.

Какой диагноз мы можем поставить современному российскому обществу?

Литература

- 1 Штомпка П. Доверие-основа общества / Петр Штомпка: пер. с пол. Н.В. Морозовой. – М.: Логос, 2012. – 440 с.
- 2 Вершилло Р. Нравственный порядок и человеческая культура // Антимодернизм.ру. 1999. <http://antimodern.ru>
- 3 Ежегодная конференция Сообщества профессиональных социологов «Российская социология в публичном пространстве страны и мира», ГУ-ВШЭ, 7 июня 2008 г. Материалы дискуссии «Современные коммуникативные технологии – прямое и косвенное воздействие на формирование личности»// Современные коммуникативные технологии и личность: столкновение массового и индивидуального/ В.А. Шилова (отв. ред.). – М.: СоПСо, 2009. – 310 с.

РЫНОК ИССЛЕДОВАНИЙ В РОССИИ: ИНФРАСТРУКТУРА, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Т.В. Баракшина

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ АССОЦИАЦИЙ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ, ЗАЩИТА ПОЗИЦИЙ И ИНТЕРЕСОВ ОТРАСЛИ

БАРАКШИНА Татьяна Викторовна – Директор компании *Bazis IG LLC*, США, член совета *ESOMAR*. E-mail: *tvb@bazisgroup.com*.

Ведущие исследовательские ассоциации, такие как Европейское общество исследований общественного мнения и маркетинга (*ESOMAR*, со штаб-квартирой в Нидерландах) и Совет американских организаций, занимающихся опросными исследованиями (*CASRO*, со штаб-квартирой в США), считают взаимодействие с государственными органами своей приоритетной задачей и задействуют многочисленные средства для достижения результатов в этой области. Такая деятельность имеет тройную ценность. Во-первых, очень важно убедить правительство в значимости исследований общественного мнения, маркетинговых и социологических исследований. Во-вторых, необходимо заверить потребителей в готовности исследовательской отрасли защищать информацию. В-третьих, нужно демонстрировать исследователям надежность механизмов саморегулирования отрасли.

В этом докладе я хотела бы представить обзор текущих направлений по взаимодействию с госструктурами в трех важных областях: защита личной информации и конфиденциальность данных, социальная значимость маркетинговых исследований и стандартизация и сертификация в области исследований. Кроме того, я хочу обратить внимание на текущие разработки в определенных областях, таких как фармацевтические и медицинские исследования.

Последнее время законодательство о защите данных находится в центре внимания во многих странах мира. Многие в практике маркетинговых исследований требуют понимания и соблюдение законодательных требований относительно конфиденциальности данных и норм защиты данных. Например, использование клиентской базы данных, передача данных между компаниями и странами, дополнение собранных данных информацией, полученной от третьих лиц. В таблице 1 представлен обзор основных законодательных инициатив, многие из которых попадают в область защиты данных.

Таблица 1 Недавние законодательные инициативы и разработки, напрямую влияющие на отрасль маркетинговых исследований

Регион или страна	Недавно принятые меры, имеющие непосредственное влияние на практику маркетинговых исследований
ЮАР	В ЮАР принят Билль о Персональных Данных
Китай	Приняты новые правила, во многом отвечающие международным стандартам по защите «персональных данных» (например, получение согласия перед сбором данных, гарантия защиты данных от третьих лиц и аутсорсинга (сторонних организаций), обеспечение безопасности личных данных).
Малайзия	Задержано вступление в силу Акта о защите Данных Ассоциация Рыночных Исследований Малайзии: 'регистр профессиональных респондентов'

Сингапур	Переговоры по Урегулированию и Рекомендваемым Нормам в рамках Акта о защите Личной Информации
Уругвай	Принятие 108 Конвенции Совета Европы, обеспечивающей послабления в доступе к персональным данным в целях проведения научных исследований, исправлении и удалении данных, когда “явно отсутствует какой-либо риск нарушения неприкосновенности частной жизни субъектов данных”
Колумбия	Впервые правительство Колумбии вводит комплексный режим неприкосновенности частной жизни.
Перу	Приняты правила применения закона о защите данных
США	Билль о правах о Конфиденциальности Данных Потребителя, чьи принципы совпадают с принципами Европейского Союза Закон о защите конфиденциальности детей в Интернете (COPPA)
Канада	Приняты новые законы по борьбе со спамом, которые будут оказывать большее давление на электронные рассылки. Органы власти по защите данных возбуждают иск против компаний, занимающихся маркетинговыми исследованиями: получение несоразмерных наборов данных для исследовательских проектов.
Франция	Работа Национальной комиссии по информатике и гражданским свободам (CNIL) для объединения франкоговорящих органов власти по защите данных. В 2013 г. принят план действий по обмену опытом и информацией.
Соединенное Королевство и Германия	Инциденты с агентствами маркетинговых исследований относительно последующей обработки данных.

Недавние законодательные инициативы в Европейском Союзе, Франции и США, имеющие непосредственное влияние на практику маркетинговых исследований в этих странах, рассмотрены ниже.

- 1 **Европейский союз:** Общие нормы защиты персональных данных (GDPR) – новый предложенный законопроект, призванный заменить 28 разных национальных законов по защите данных одним общим для всего Евросоюза подходом. Цель этого подхода – предоставить больше полномочий тем, кто следит за исполнением этих норм. Ожидается, что данные нормы будут иметь глобальное влияние, поскольку Европа открыто заявляет о стремлении применять свои стандарты по всему миру. ESOMAR и EFAMRO (Европейская Исследовательская Федерация) работают вместе в попытках защитить исследовательскую отрасль. Их цель – обеспечить сохранение послаблений в доступе к данным для проведения маркетинговых и социальных исследований и исследований общественного мнения. Законодательные органы должны понимать, что исследовательская отрасль имеет законную цель последующей обработки собранных для исследования данных.
- 2 **Франция.** В 2013 году вступил в силу Закон Бертрана (Loi Bertrand), направленный на увеличение прозрачности в секторе здравоохранения. Закон установил новые нормы точности, прозрачности процедур для компаний, производящих или продающих лечебные или косметические продукты. Цель Закона Бертрана была увеличить прозрачность в секторе здравоохранения, особенно относительно получения подарков специалистами медицинских профессий.

До недавнего времени было непонятно, заденет ли решение об обеспечении соблюдения нового закона поощрения от маркетинговых компаний. Была надежда, что статей, освобождающих определенные торговые соглашения, будет достаточно для исследователей, чтобы не сталкиваться с вводимыми требованиями. Однако на недавних встречах с французскими органами власти, организованных местными ассоциациями, ответственное министерство подтвердило, что новый закон

будет распространяться также и на вознаграждения, выплачиваемые исследовательскими агентствами при проведении соцопросов.

Закон Бертрана будет применяться ко всем агентствам, проводящим исследования французского рынка, независимо от того, находится ли агентство во Франции или за ее пределами. Команда ESOMAR по взаимодействию с госструктурами поддерживает связь с французскими ассоциациями, борющимися за обеспечение нераспространения закона на маркетинговые и социальные исследования и исследования общественного мнения. Европейские исследователи надеются на то, что можно разработать подход, похожий на практику США, который был бы принят французскими властями. Ряд французских ассоциаций уже обратились во французское министерство, настаивая на послаблениях при доступе к данным для проведения маркетинговых и социальных исследований и исследований общественного мнения.

- 3 **США.** Нормы COPPA, защищающие детей младше 13 лет, недавно оказались во внимании исследователей Соединенных Штатов. Согласно этому закону маркетинговые исследования могут проводиться при подтверждении родительского согласия по средствам других источников, кроме как электронной почты. Личные данные включают в себя фото, видео и аудио файлы. Данные о местонахождении также будут рассматриваться как конфиденциальные данные.

Нормы COPPA распространяются не только на традиционные вебсайты, но и на онлайн сервисы, приложения для мобильных телефонов, сетевые игры.

Ассоциация CASRO опубликовала заявление о том, что исследовательские компании смогут соблюдать большинство этих поправок, лишь незначительно изменяя свои уведомления и процедуры. Однако отказ от механизма родительского согласия «email plus» (метод, который обычно используют исследовательские организации) может повлечь за собой более масштабные изменения. «E-mail plus» позволяет компании получать согласие родителя по средствам электронного письма, дополненное потом лишь подтверждением, что согласие действительно было предоставлено родителем. Федеральная Торговая Комиссия (FTC) хочет постепенно отказаться от механизма получения согласия способом «e-mail plus», потому что ребенок с легкостью может его обойти (например, ребенок просто может дать свой личный электронный адрес).

Исследовательские ассоциации по всему миру следят за текущими изменениями в законодательстве, сообщая о важных нововведениях исследовательскому сообществу и активно работая с законодательными органами для создания ограничивающих условий по закону о защите данных для обеспечения успешного продолжения работы исследовательской отрасли. Возможно, пришло время и для России исследовательской отрасли принять более активное участие в области взаимодействия с госструктурами.

Литература

- 1 ESOMAR Мировой обзор для исследовательских ассоциаций (июль, 2013).
- 2 ESOMAR Новости: ESOMAR Briefing Note on France's New Law Affecting Research Incentives. Загружено с <http://www.esomar.org/news-and-multimedia/news.php?idnews=122>.
- 3 CASRO Новости и пресса: Обзор законодательных инициатив. Регулирование и законодательство: Обзор 2012 и прогноз на 2013 (декабрь, 2012). Загружено с <http://www.casro.org/news/110638/Regulation-Legislation-2012-Recap-and-Outlook-for-2013.htm>.
- 4 MRA Обзор правительственных инициатив. Загружено с <http://www.marketingresearch.org/government-affairs-1>.

Н.В. Дулина, В.В. Токарев
ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ
СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ И МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ДУЛИНА Надежда Васильевна – доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой «История, культура и социология» ВолгГТУ. E-mail: nv-dulina@yandex.ru

ТОКАРЕВ Василий Владимирович – кандидат технических наук, генеральный директор ЗАО ЦСМИ «Аналитик» (Волгоград), доцент кафедры «История, культура и социология» ВолгГТУ. E-mail: chief@socio-research.ru

Рынок социологических и маркетинговых исследований возник в нашей стране в конце прошлого века, и, как показывает практика прошедших десятилетий, рынок этот успешно развивается и продолжает расти. Заметим, что за довольно-таки короткий исторический промежуток времени данные социологических и маркетинговых исследований приобрели в стране статус услуги. В связи с этим оценка степени развитости рынка социологических и маркетинговых исследований в регионах России представляет определенный и научный, и, что более важно, практический интерес. Реализация такого профессионального интереса нашла свое практическое воплощение в инициативном проекте, реализуемом Ассоциацией региональных исследовательских компаний «Группа 7/89». Проект называется «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» («РИК»). В 2013 году «РИК» был проведен в девятый раз.

Исследование, которое стало уже традиционным для Ассоциации, в последней волне имело отличительную особенность. Оно было проведено с использованием средств государственной поддержки, выделенных в качестве гранта Институтом общественного проектирования по итогам VI Конкурса «Проблемы развития современного российского общества» в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 03 мая 2012 г. № 216-рп.

Проект («РИК») можно рассматривать как мониторинговый, поэтому мы не будем специально останавливаться на методике проекта, с нею можно ознакомиться по публикациям, освещающим результаты предыдущих волн исследования (см., например [1–6] и др.). Напомним лишь, что основной целью исследования является профессиональное оценивание компаний–заказчиков полевых работ для организаций, размещенных в регионах России; а также анализ ситуации на рынке социологических и маркетинговых исследований в части распределения субподрядных (как правило – полевых) работ в регионах. Объект исследования – исследовательские компании, дислоцирующиеся в регионах России и выполняющие субподрядные работы по заказам столичных (размещенных в Москве и Санкт–Петербурге) исследовательских компаний, а также по заказам региональных компаний, размещенных в других регионах России. В исследовании 2013 г. приняли участие в качестве респондентов 153 исследовательские компании (в 2012 г. – 115 компаний). В списки объектов оценки были включены 80 компаний, активно размещающих заказы на проведение полевых работ в регионах (в том числе 45 компаний из Москвы, восемь компаний из Санкт–Петербурга и 27 региональных исследовательских компаний). Мы понимаем, что используемая в проекте методика не лишена определенных недостатков, видимо, оценку степени развитости рынка социологических и маркетинговых исследований в регионах можно проводить и как-то иначе (используя иную методологию, методику, технику, инструмент и т. д.). Однако многолетний опыт проведения исследования, непротиворечивость данных, получаемых от волны к волне, позволяют делать, как нам представляется, не только вполне обоснованные выводы, но и говорить о грамотно спроектированной

методике проекта. И, что более важно, позволяют оценить соответствие между «прогнозируемыми» и «произошедшими» изменениями.

Так, например, сопоставляя «прогнозируемые» и «произошедшие» изменения на локальных рынках по результатам исследований 2009–2012 годов, можно заключить, что:

- (а) рост объема субподрядных полевых работ в 2012 году в компаниях, принявших участие в проекте «РИК», составил 11% (годом ранее – 10%). Средние оценки увеличения объема работ полного цикла близки к 11% (годом ранее – 22%, еще раньше – 15%),
- (б) прогнозы на 2013 год, высказываемые компаниями-участниками исследования, в целом очень похожи на оценки, полученные в прошлом году, чем в прошлые годы. Рост рынка полевых работ прогнозируется на уровне 6% (годом ранее – также 6%). Средний рост объема проектов полного цикла прогнозируется на уровне 5% (средняя прогнозная оценка с точностью повторяет полученную годом ранее),
- (в) более выраженный рост характерен для небольших компаний (с числом сотрудников не более 7 человек). Компании, входящие в состав Ассоциации «Группа 7/89», скорее ожидают падения, чем роста объемов проектов полного цикла, чем их роста.

Если же говорить в целом, то результаты проведенного исследования («РИК») в части оценки степени развитости рынка социологических и маркетинговых исследований в регионах позволяют сделать следующие выводы:

- 1 На локальных рынках маркетинговых исследований доминирующей (общей для значительной части регионов) тенденцией является «Общее снижение бюджетов на маркетинговые исследования со стороны местных заказчиков по проектам полного цикла». Данную тенденцию отметили 39% опрошенных, противоположную тенденцию отметили – 15% (в прошлом году – 33 и 14% соответственно).
- 2 Так же часто в качестве характерной тенденции отмечалось «Сокращение числа местных заказчиков на маркетинговые проекты полного цикла, перетекание маркетинговых бюджетов в Москву» (отметили 35% опрошенных, противоположную тенденцию отметили 30% респондентов).
- 3 В отношениях региональных исследователей с властными органами наиболее очевидной тенденцией является «Укрепление связей» между отдельными исследователями и органами власти, активная заинтересованность власти в работе с конкретными исследователями». Данную тенденцию отметили 52% опрошенных, противоположную тенденцию – 10% (в прошлом году – 43 и 12% соответственно).
- 4 Респондентами отмечается следующая закономерность «Появление или активизация «черных социологов», участвующих в местных конкурсах на исследования для органов власти и выигрывающих за счет демпинга или доконкурсных договоренностей». Данную тенденцию отметили 50% опрошенных, противоположную тенденцию – 10% (в прошлом году 43 и 6%).
- 5 В развитии конкурентной ситуации на локальных рынках наиболее явной тенденцией является «Выход на исследовательский рынок компаний из смежных (или не смежных) областей (кадровый консалтинг, недвижимость, реклама, тренинги и т. д.)». Подобную тенденцию отметили 30% опрошенных, противоположную тенденцию – 12% (годом ранее – 35 и 17%). Этот эффект связан не столько с участием «черных социологов» в конкурсных закупках, сколько с тем, что, при прочих равных условиях, «рекламщики», «PRщики», «промоутеры» во многих случаях оказываются «ближе» к клиенту, чем «рисечеры».
- 6 Данные, полученные в ходе исследования, фиксируют, что около 60% от общего объема дохода региональной исследовательской компании обеспечивают полевые работы по

заказам столичных исследовательских компаний. Наиболее характерной тенденцией в сфере взаимодействия региональных и столичных исследовательских компаний является «Ужесточение штрафных санкций и требований к отбраковке анкет со стороны заказчиков, использование заказчиком собственной системы контроля». Эту тенденцию отмечают 54% опрошенных. «Снижение требований со стороны заказчика к контролю» отмечают лишь 3% респондентов (в прошлом году – 41% и 4% соответственно). При этом «ужесточение штрафных санкций» в ряде случаев сопровождается умышленным (как минимум) согласием заказчика с фальсификацией данных в поле (по сути, речь идет о прямом сговоре менеджеров заказчика и исполнителя). Отдельные упоминания о подобных эффектах встречались в анкетах и ранее, однако лишь сейчас они приобрели действительно массовый характер.

- 7 Практически так же часто, как и обострение проблем с фальсификацией данных, в качестве одной из основных тенденций во взаимодействии региональных и столичных исследовательских компаний респондентами упоминался «Рост дебиторской задолженности, увеличение срока платежей за работы, выполненные по заказам столичных исследовательских компаний». Эту тенденцию отметили 49% респондентов, противоположную – 10% (год назад рост дебиторской задолженности отмечали 44% респондентов, ее сокращение – 6% опрошенных).
- 8 «Снижение цен на полевые работы по заказам столичных исследовательских компаний» отмечают 42% опрошенных. Противоположную тенденцию («Повышение общего уровня цен на исследовательские работы в регионе со стороны столичных исследовательских компаний») заметили 14% респондентов (в прошлом году – 40% и 9% соответственно). Впрочем, проблема ценообразования, безусловно, является одной из «вечных» проблем, характерных для нашего рынка.
- 9 В части общих вопросов, связанных с организацией работы региональной исследовательской компании, наиболее явной тенденцией является «Увеличение сложностей с подбором / подготовкой внештатных сотрудников (интервьюеров, вводчиков, транскриберов)». Эту тенденцию (именно она является наиболее явной для регионов) отметили 71% респондентов, противоположную – 5% (год назад показатели составляли 56% и 5% соответственно).

Завершая представление выявленных в ходе завершеного проекта тенденций развитости рынка социологических и маркетинговых исследований в регионах России, можно отметить, что 2012 г. лишь подчеркнул те тенденции развития (если можно использовать этот термин в данном контексте) региональных рынков, которые были выделены в предыдущих волнах проекта. Наиболее явные тенденции можно определить как «изменения к худшему», осложняющие деятельность региональной компании, снижающие рентабельность, повышающие риски и понижающие удовлетворение от работы. Единственная явная тенденция, находящаяся в «зеленой зоне» и отмеченная 32% опрошенных, – это «Увеличение общего числа запросов / заказов на исследования со стороны столичных исследовательских компаний» (год назад эту тенденцию отмечали 37% респондентов).

Литература

- 1 Дулина, Н. В. Рейтинг региональных исследовательских компаний: основные результаты / Н. В. Дулина // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7. Философия. Социология и социальные технологии. – 2012. – № 2(7). – С. 64–73.
- 2 Звоновский, В. Б. Основные результаты исследования «Рейтинг исследовательских компаний» / В. Б. Звоновский // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2005. – № 2. – С. 11–20.

- 3 Звоновский, В. Б. Основные результаты исследования «Рейтинг исследовательских компаний» / В. Б. Звоновский // Маркетинг и маркетинговые исследования. – 2006. – № 3. – С. 25–38.
- 4 Токарев, В. В., Дулина, Н. В. Рынок социологических услуг в современной России: исторические предпосылки возникновения / В. В. Токарев, Н. В. Дулина // Известия Волгоградского государственного технического университета: мезвуз. сб. науч. ст. / ВолгГТУ. – Волгоград, 2013. – № 16(119). – С. 49–52.
- 5 Токарев, В. В. Профессиональный рейтинг исследовательских компаний России. Итоги 2011 г. / В. В. Токарев // Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие: Материалы IV Очередного Всероссийского социологического конгресса; 23–25 октября 2012 г. – Уфа, С. 2015–2022, 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).
- 6 Токарев, В. В. Ситуация в региональном сегменте рынка социологических и маркетинговых исследований России / В. В. Токарев // Социология и общество: глобальные вызовы и региональное развитие: Материалы IV Очередного Всероссийского социологического конгресса; 23–25 октября 2012 г. – Уфа, С. 3251–3255, 1 электрон. опт. диск (CD-ROM).

Е.Г. Климанова

ВОЗМОЖНЫЕ СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ КОМПАНИЙ В БЛИЖАЙШИЕ 5 ЛЕТ

КЛИМАНОВА Евгения Геннадиевна – генеральный директор исследовательской компании «Делфи» (Омск). E-mail: jane@delfi2000.ru

В последние два года большинство специалистов и экспертов в области маркетинговых исследований заговорили о серьезных изменениях в данной отрасли, и об изменении подходов к определению маркетинговых исследований. Современные запросы клиентов, быстроизменяющаяся среда бизнеса, интеграция технологий и преимущества, определяемые изучением инсайтов потребителя, с целью прогнозирования дальнейшего изменения экономического развития, заставляют многих игроков на рынке международных маркетинговых исследований менять свои подходы.

В данном случае, можно выделить три ключевых направления наиболее существенных изменений.

1. Трансформация методик в маркетинговых исследованиях и решение вопроса повышения качества их применения.

По опыту развитых стран, онлайн-исследования являются достаточно мощным инструментом конкурентной борьбы, позволяющим значительно снизить издержки на исследования. При этом основной толчок будет исходить от массовой аудитории, стимулированной приложениями в социальных медиа.

Анализируя состояние рынка онлайн исследований, можно предположить, что в ближайшие годы он будет развиваться в соответствии со следующими основными тенденциями:

- Рост доверия к информации, получаемой в ходе онлайн исследований, будет происходить на фоне кризиса ряда ключевых офлайн методик (например, квартирных интервью). Важную роль в увеличении доли онлайн методов сыграет рост Интернет проникновения, а также давление на консервативную часть исследователей со стороны западных коллег.
- Получат распространение смешанные офлайн/онлайн методы (например, «телефон в веб», CAWI опросы в Интернет кафе и т. п.), а также будет расти потребность в

технологическом обеспечении таких методов (рост спроса на профессиональное ПО, позволяющее проводить онлайн исследования и автоматизировать традиционные методики сбора данных).

- Онлайн маркетинговые исследования станут стандартом для количественных международных исследований потребителей. Поставщики исследовательских услуг, не освоившие Интернет технологии в нужном объеме, выйдут из бизнеса или будут поглощены своими более предприимчивыми конкурентами.
- Мобильный и беспроводной Интернет ускорит распространение Сети на «молодых» рынках. В результате расширятся возможности проведения репрезентативных исследований, особенно с использованием детально профилированных онлайн панелей респондентов.
- Результаты исследований будут анализироваться через веб-базированные приложения, которые, предоставляя доступ к централизованным хранилищам данных, смогут эффективно заменить настольные анализаторы, где используются локальные данные.
- Данные о потребителях будут интегрироваться в международные компьютерные системы компаний, что, в свою очередь, сотрет со временем границы между маркетинговыми исследованиями, CRM и данными бизнес разведки. Наступает новый этап мега слияний, который объединит фирмы, специализирующиеся на CRM, бизнес – разведке и маркетинговых исследованиях, в мощные международные Интернет – центрированные компании.

2. Интеграция и репозиционирование международных исследовательских агентств.

Специалистами прогнозируется углубление раскола между крупными компаниями, придерживающимися традиционных подходов к маркетинговым исследованиям, и более мелкими фирмами, специализирующимися на консалтинге. С одной стороны, ведущие маркетинговые компании будут инвестировать много средств в развитие своей операционной базы, необходимой для более эффективного сбора информации о потребителях, обработки данных или предоставлению высокоспециализированных баз данных. В выигрыше окажутся те из них, кто продолжит предоставлять особенно эффективные или уникальные услуги и будут иметь достаточно ресурсов для развития своего бизнеса.

С другой стороны, будет расти количество небольших специализированных фирм, комбинирующих услуги по исследованию потребителей с маркетинговым консультированием по определенным направлениям. Выживание этих фирм зависит от первоклассной репутации в сфере оказываемых ими услуг, способности быстро проводить исследования потребителей и широкого использования новых аналитических процедур.

Для отдельной исследовательской фирмы почти невозможно успешно совмещать обе роли. Каждая из них требует уникальной управленческой и маркетинговой философии. Следовательно, крупные компании по маркетинговым исследованиям с традиционным комплексом услуг, которые были основной силой в отрасли, могут быть вынуждены перейти в тот или иной лагерь, или же, наоборот, создать свои обособленные структуры в каждом из них. В любом случае профессионалы в области маркетинговых исследований (как личности, так и фирмы) должны предвидеть будущие изменения, если они хотят быть востребованными.

3. Видоизменения исследовательской функции в маркетинговых подразделениях компаний.

Видоизменения исследовательской функции отмечается также и в маркетинговых подразделениях компаний. В будущем организация служб маркетинговых исследований корпораций, вероятно, будет более децентрализованной, предполагающей рассредоточение специалистов по производственным подразделениям. Численность сотрудников маркетинговых отделов уменьшится, потому что будет меньше технических и аналитических работников. Во многих фирмах исследовательская функция станет более «управленческой», так как корпоративный отдел

маркетинговых исследований будет заниматься всей бизнес-информацией и информационными системами, а не только собирать и анализировать информацию. Он будет играть главную роль в объединении бизнес-информации из различных источников – рыночного сканирования и измерительных систем для сделок, вторичных и внутренних источников и исследования потребителей. Все больший упор будет делаться на исследование и измерение сервисного качества, исследование и измерение удовлетворенности потребителей, исследование ценообразования, и объяснение рыночного поведения посредством сложных моделей, которые моделируют обстоятельства покупки.

А.Ю. Коннов, А.В. Смелова

**ПРАКТИКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АССОЦИАЦИИ РЕГИОНАЛЬНЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ЦЕНТРОВ
«ГРУППА 7/89» В КАЧЕСТВЕ РЕГУЛЯТОРА РЫНКА МАРКЕТИНГОВЫХ И СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ
ИССЛЕДОВАНИЙ (НА ПРИМЕРЕ ЭКСПЕРТИЗЫ КОНКРЕТНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)**

КОННОВ Алексей Юрьевич – кандидат социологических наук, генеральный директор ООО «ЦАИР-Маркетинг» (г. Казань). E-mail: alexkonnov@tsair.ru.

СМЕЛОВА Анжела Владимировна – генеральный директор ООО ЦМИ «ИнфоСкан» (г. Новосибирск, г. Кемерово). E-mail: anzhela@infoskan.ru.

Развитие исследовательской отрасли сопровождается актуализацией целого ряда вопросов, от решения которых зависит качество получаемых результатов и эффективность использования социологической информации в принятии политических и бизнес решений.

Соответственно, растет интерес пользователей результатов исследований к их качеству и достоверности. Клиенты на исследовательском рынке хотят иметь четкие ориентиры, позволяющие оценить уровень правдивости и качества полученной информации. С другой стороны и поставщик результатов исследований хочет быть защищен от необоснованных нападков неудовлетворенного клиента.

Вместе с тем, общепринятые на отраслевом, а более того, на нормативно-законодательном уровне стандарты проведения социологических и маркетинговых исследований в настоящий момент так и не сформированы. В связи с этим возникают коллизии во взаимоотношениях заказчиков социологического продукта и исполнителей такового. Что чревато для обеих сторон конфликта.

С одной стороны, это дает возможность недобросовестным клиентам не принимать результаты работы без четких на то оснований.

С другой стороны, исследовательские компании, пользуясь отсутствием общепринятых четких требований к исследовательскому продукту (начиная с качества сбора данных, заканчивая их обработкой и предоставлением аналитического отчета), предоставляют клиентам некачественный отчет, либо результаты, собранные с нарушением социологических методик.

Выходом из данной ситуации при отсутствии кодифицированных стандартов может стать **институт профессиональной экспертизы** проведенного исследования самими же участниками рынка.

Во-первых, данная практика с переменным, правда, успехом уже используется в судебной практике.

Во-вторых, опыт подобных экспертиз существует в смежных отраслях и с успехом применяется, например, на рынке риэлтерских услуг.

Вместе с тем, институт экспертизы только своим наличием помогал бы и **дисциплинировал участников социологического рынка**. А именно, зная о возможности проведения экспертизы, недобросовестные исследователи как минимум признавали бы свою несостоятельность и переделывали работы (не получали оплату за плохо сделанную работу), как максимум, ушли бы с рынка или делали работу качественно.

В Ассоциации региональных социологических центров «ГРУППА 7/89» периодически возникали запросы, на оценку поведения исполнителя социологических работ, связанных с некачественным проведением социологических исследований.

Один из кейсов в итоге получил серьезное развитие, что позволило Ассоциации осуществить некоторые практики, которые могут стать основой для формирования института «**Социологической экспертизы**» в исследовательской отрасли России на базе отраслевой ассоциации.

Необходимо сразу отметить, что данный кейс вскрыл вопросы, которые в настоящий момент находятся в разработке у Ассоциации: по формированию института Экспертизы в ее рамках, а именно более четкой формализации ее процедуры.

Кейс:

1. Основанием для принятия решения о проведении экспертного исследования явилось обращение Заказчика к действующему на тот момент Председателю Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89» по поводу качества проведения социологического исследования. Компания-исполнитель была поставлена в известность о данном факте.

Обе стороны не возражали против проведения подобной экспертизы силами Ассоциации и дали согласие на предоставление всех материалов, которые могли бы быть нами запрошены в ходе проведения экспертизы.

Перед экспертами на основании обращения Заказчика, и при участии Совета ассоциации были поставлены следующие вопросы:

- соответствует ли исследование условиям контракта (в том числе – соответствует ли оно требованиям Программы исследования и Технического задания, являющегося частью контракта)?
- соответствуют ли методика, процедуры и результаты, сданные Заказчику, общепринятой практике проведения исследований и нормам, принятым в исследовательской отрасли?
- являются ли допущенные отступления (в случае их выявления) случайными или намеренными? Могли ли исполнители проекта и руководство не знать о том, что данные, которые передаются Заказчику, содержат (если содержат) серьезные отступления от методики и программы исследования и условий контракта?

2. Принципы формирования экспертной группы:

- безусловные профессионалы в задействованных областях (сферах);
- не имеющие коммерческого и иного интереса по отношению к Заказчику и Исполнителю (например, один из потенциальных кандидатур в Экспертную группу был отклонен по этому параметру);
- утверждены не только на уровне G789, но и согласованы в качестве экспертов у Заказчика и Исполнителя.

3. Материалы предоставленные для экспертизы

Для исследования комиссии использованы следующие материалы, предоставленные как Заказчиком, так и Исполнителем исследования:

- массивы данных, содержащие результаты опроса и сданные Исполнителем Заказчику в качестве итоговых документов (в формате IBM SPSS Statistics);
- презентация результатов исследования (в формате MS Power Point);

- таблицы частотных распределений ответов респондентов на вопросы интервью (в формате MS Excel);
- Акты контроля полевых работ (как со стороны Заказчика, так и со стороны Исполнителя исследования);
- Маршрутные карты в отсканированном виде (в формате Adobe PDF и/или MS Word).

4. Алгоритм работы экспертной комиссии:

- исследование формы и содержания представленных материалов,
- произведен логический и сравнительный анализ,
- статистический анализ (в частности, использованы методы кластерного анализа и анализа таблиц сопряженности),
- изучена специальная литература по данному вопросу
- при анализе полученных материалов также были использованы методы традиционного и контент-анализа документов.

Все виды анализов были поделены среди членов экспертной группы таким образом, чтобы в каждом виде анализов принимало участие не менее 2 экспертов.

По результатам проведенных работ эксперты подгруппы формировали промежуточное заключение, где описывали применяемую методику, процедуру проведения, а так же результаты, которые были достигнуты.

Данное заключение выносилось на всеобщее обозрение и обсуждалось всеми экспертами. В случае если эксперты считали необходимым провести дополнительный анализ, обоснование и прочее – промежуточное заключение подвергалось корректировке и отправлялось на доработку.

Только в том случае, когда экспертное мнение было принято единогласно, данный блок входил в итоговую версию Заключения комиссии.

5. Выводы экспертной комиссии

- **значительная часть массивов данных (до 25%), получена дублированием строк массива с внесением в них незначительных изменений;**
- результаты исследования маршрутных карт, в которых зафиксированы результаты организации этапа сбора информации, позволяют утверждать, что полевой этап исследования **был проведен с серьезными отступлениями от требований Программы исследования и в целом – от условий контракта;**
- в ходе принятия результатов контроля, проведенного Заказчиком экспертная группа обратила внимание на **некорректное поведение Исполнителя** по отношению к клиенту;
- методика и процедуры контроля, использованные Исполнителем в ходе выполнения проекта **не соответствуют общепринятой практике проведения контроля исследований и нормам, принятым в исследовательской отрасли.**
- отчетные документы **не полностью соответствуют** предъявляемым в профессиональной среде требованиям к подобного рода отчетам.
- Основываясь на результатах изучения предоставленных материалов были даны ответы на вопросы, поставленные перед экспертами:
- исследование, проведенное исполнителем по заказу заказчика, не соответствует условиям контракта, в том числе – Программе исследования и Техническому заданию;
- результаты, сданные Исполнителем Заказчику, не соответствует профессиональным стандартам, Профессиональному кодексу исследователя – члена Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89» и нормам, принятым в исследовательской отрасли;

- допущенные отступления от норм являются намеренными, и организаторы проекта не могли не знать о том, что часть данных, которые они передают Заказчику, являются сфальсифицированным.

6. Результаты экспертизы переданы обоим заинтересованным сторонам.

Преимущества проведения экспертизы (аудита) силами профессиональной Ассоциации

Суммируя и анализируя опыт проведенной работы можно выделить подчеркнуть преимущества становления института экспертизы (аудита) в рамках отраслевой профессиональной Ассоциации.

При обращении в Ассоциацию вы получаете:

- оценку, проведенную одной из наиболее влиятельных Ассоциаций на рынке Региональных исследовательских организаций России.
 - оценку, проведенную экспертами-профессионалами в исследовательском рынке: теории и практики, что позволяет экспертировать исследование на любом этапе и любой сложности
 - возможность эмпирической проверки гипотез экспертизы в двух и более независимых исследовательских центрах;
 - возможность обращения к накопленным данным (опыту) по разным темам к более чем двадцати ведущим региональным исследовательским центрам;
 - коллегиальное принятие решение;
 - оперативность проведения;
 - Независимость, непредвзятость проведенной экспертизы;
- И многое другое.

Описанный опыт проведенной экспертизы вскрыл несколько проблемных вопросов, ответы на которые в настоящий момент Ассоциация готова попытаться дать. Осмысливая полученный опыт, инициативная группа в рамках Ассоциации, в настоящий момент работает над формированием принципов построения института экспертизы.

Вместе с тем, институт Экспертизы, как показывает практика, востребован, и мы предполагаем дальнейшее его развитие в рамках Ассоциации 7/89.

И.Н. Муратова

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОГО БИЗНЕСА НА ПРИМЕРЕ КОМПАНИЙ – ЧЛЕНОВ АССОЦИАЦИИ «ГРУППА «7/89»

МУРАТОВА Ирина Нильевна – директор Фонда «Общественное мнение – Красноярск». E-mail: Irina_Muratova@socium-krasn.ru

Ассоциация региональных социологических центров «Группа 7/89» – объединение исследовательских компаний, дислоцированных более чем в 20 регионах России. Проект «стоимость исследовательского бизнеса» начался в 2006 году и продолжается каждый год в течение 8 лет.

Цель исследования – получение информации, необходимой для понимания особенностей регионального исследовательского рынка хотя бы в рамках компаний, входящих в Ассоциацию «Группа 7/89», а также позиционирования отдельных компаний внутри этого рынка.

Объект исследования – действительные члены и кандидаты Ассоциации с 2006 по 2012 год (от 19 до 24 компаний в разные годы). Т.е. объектами оценки являлись 19 компаний в 2006 году и 24 компании в 2012 году – действительные члены Ассоциации.

Метод исследования – индивидуальный анкетный опрос с использованием формализованного инструментария. Опросу подлежали все члены Ассоциации (сплошной отбор).

Основные экономические показатели организаций для определения стоимости компании (капитализации):

- стоимость наличных материальных активов (на конец года);
- объем продаж за год (оборот, выручка);
- чистая прибыль за год.

Дополнительные и производные экономические показатели организаций для определения эффективности бизнеса:

- численность персонала;
- выработка на одного сотрудника (оборот/численность);
- норма прибыли;
- стоимость бизнеса (капитализация).

Исходные данные расчета показателей: ответы респондентов на вопросы анкеты:

- оценка материальных активов компании;
- оборот (объем продаж, с НДС) за прошедший год и плановые показатели на текущий год;
- прибыль (в процентах от объема продаж за прошедший год) и плановые показатели на текущий год;
- оценка рыночной стоимости компании (формулировка вопроса: «Как Вы думаете, за какую сумму можно сейчас быстро продать такую компанию, как Ваша?»);
- желательная стоимость компании (формулировка вопроса: «За какую сумму Вы согласились бы продать бы 100% своей компании в текущем году?»);
- численность персонала компании за прошедший год.

Характер данных – «декларации на доверии» (анкета заполнялась руководителями компаний, никаких подтверждающих документов не требовалось).

Формула оценки стоимости компании (капитализации):

$$\text{Стоимость} = \text{Прибыль} * M_1 * V_1 + \text{Выручка} * M_2 * V_2 + \text{Активы} * M_3 * V_3,$$

где V_i – весовые коэффициенты, M_i – мультипликаторы. При расчете показателя «капитализация» использовались единые для всех компаний (средние) мультипликаторы. При расчете показателя «Капитализация с учетом типа компании» – дифференцированные мультипликаторы (в зависимости от объема материальных активов и оборота). Значения весовых коэффициентов и мультипликаторов были приняты по работе С. Харченко и В. Самсонова [1].

Основные результаты исследования могут быть сформулированы в следующих предложениях:

- 1 В среднем оборот одной компании в 2012 году составил \$ 523 тыс. в год (16 млн. руб.). За 7 лет исследований средний оборот компаний – участников увеличился в 2 раза.
- 2 Материальные активы компаний по сравнению с 2006 годом в среднем выросли в долларовом эквиваленте на 32%, в рублевом – на 53% (среднее значение в 2006 году составляло \$ 100 тыс., в 2012 году – \$ 133 тыс.). При этом нужно иметь в виду, что восемь компаний из 24 имеют офисы в собственности, и со временем это количество увеличилось (в 2006 году таких компаний было четыре). Часть компаний с течением

- времени приобрели офис в собственность, часть компаний-собственников за это время вступили в члены Ассоциации.
- 3 Чистая прибыль за семь лет в среднем по компании выросла на 21% в долларовом эквиваленте и на 39% в рублевом (в 2006 г. среднее значение составляло \$ 47 тыс., в 2011 – \$ 56 тыс.). В 2009–2010 гг. прибыль падала (\$ 37 тыс. в 2009 г. и \$ 39 тыс. в 2010 г.). В 2011 г. прибыль выросла и превысила докризисный уровень, однако в 2012 г. произошел спад. При этом норма прибыли по сравнению с 2006 г. упала. В 2006 г. средний показатель составил 19%, в 2010 г. он упал до 12%, и в 2012 г. он составляет 15%. Причины некоторого увеличения нормы прибыли могут быть разными, в том числе увеличение доли собственных исследований (соответственно, уменьшение доли полевых работ).
 - 4 Численность персонала в среднем по компаниям Ассоциации держится примерно на одном уровне: от 11 до 14 человек. В данном случае это численность офисных работников (без учета привлекаемых интервьюеров, вводчиков, контролеров и т.д.). Выработка на человека в компании за 7 лет выросла на 49% (среднее значение в 2006 г. – \$ 24 тыс., в 2012 г. – \$ 36 тыс.). По сравнению с предыдущим годом выработка увеличилась на 5%. Можно сделать вывод, что при увеличении объема компании не могут позволить себе содержать большой штат.
 - 5 В среднем капитализация компаний за 7 лет выросла на 32% в долларовом эквиваленте и на 56% в рублевом эквиваленте). Стабильное увеличение капитализации наблюдается у компаний, имеющих собственные офисы.

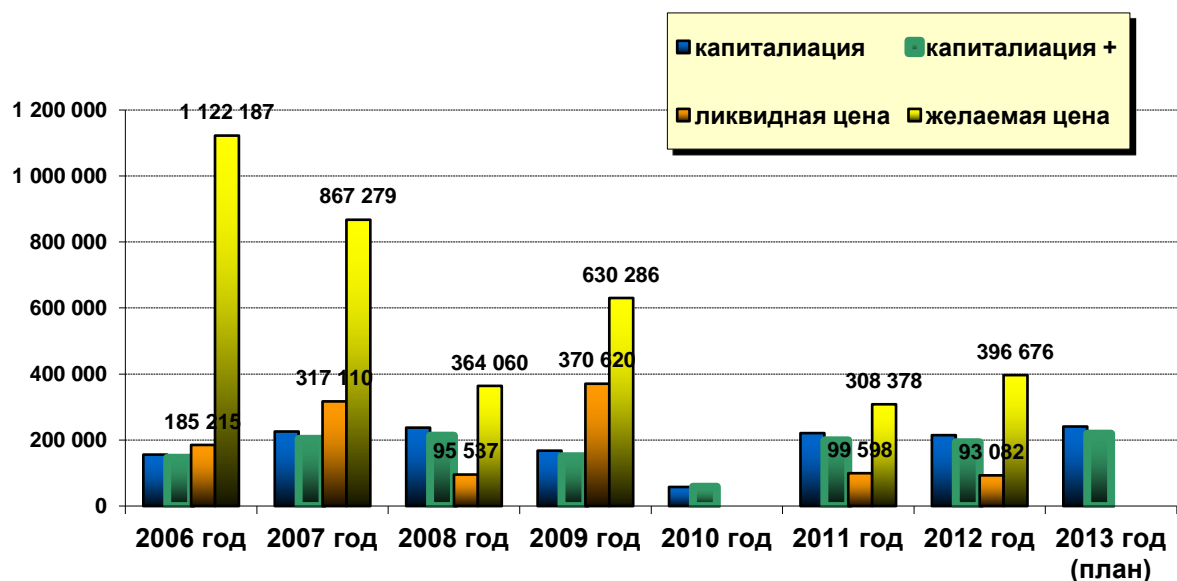


Рисунок 1 – Средние показатели капитализации Группы «7/89» (USD)

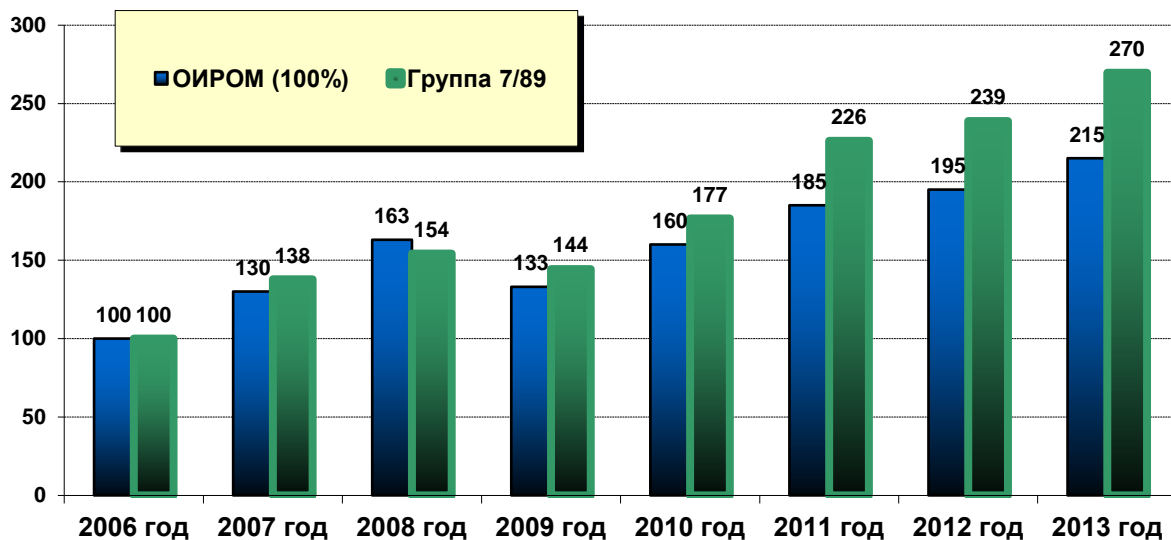


Рисунок 2 – Рост суммарного оборота исследовательских компаний 2006-2013 гг. (2006 г. принят за 100%)

Интересным в данном случае является отношение владельцев бизнеса к собственной компании. Как видно из графика (рис. 1), ликвидная цена после кризиса 2008 г. значительно упала по отношению к цене, рассчитанной по формулам (по ответу на вопрос «Как Вы думаете, за какую сумму можно сейчас быстро продать такую компанию, как Ваша?»).

Однако желаемая цена всегда значительно больше расчетной цены (по ответу на вопрос «За какую сумму Вы согласились бы продать бы 100% своей компании в текущем году?»). Это говорит о том, что данный бизнес для большинства владельцев является больше, чем бизнесом. К тому же только 13 компаний-участников исследования согласились ответить на вопрос о продаже бизнеса. Для 11 компаний этот вопрос является настолько некорректным, что они даже не хотят предположить такую возможность.

Что касается суммарных показателей, то с ростом числа членов Ассоциации и с увеличением оборота каждой из компаний суммарный оборот за 7 лет вырос в 3 раза (среднегодовой рост оборота – примерно 16%). В 2012 г. общий оборот всех компаний, состоящих в Ассоциации, составил около \$ 12,5 млн.

Литература

- 1 Харченко С., Самсонова В. Сравнительный метод оценки стоимости компании. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.fd.ru/article/8603.html> (дата обращения 1.02.2014).

И.Н. Муратова

ОСНОВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПОКАЗАТЕЛИ КОМПАНИЙ – ЧЛЕНОВ ГРУППЫ «7/89»

МУРАТОВА Ирина Нильевна – директор Фонда «Общественное мнение – Красноярск». E-mail: Irina_Muratova@socium-krasn.ru

Ассоциация региональных социологических центров «Группа 7/89» – объединение исследовательских компаний, дислоцированных более чем в 20 регионах России.

Проект «стоимость исследовательского бизнеса» начался в 2006 году и продолжается каждый год в течение 8 лет.

Цель исследования – получение внутрискруктурной информации, необходимой для понимания особенностей регионального исследовательского рынка хотя бы в рамках компаний, входящих в Ассоциацию «Группа 7/89», а также позиционирования отдельных компаний внутри этого рынка.

Объектам исследования – действительные члены и кандидаты Ассоциации с 2006 по 2012 год (от 19 до 24 компаний в разные годы). Т.е. объектами оценки являлись 19 компаний в 2006 году и 24 компании в 2012 году – действительные члены Ассоциации.

Метод исследования – индивидуальный анкетный опрос с использованием формализованного инструментария. Опросу подлежали все члены Ассоциации (сплошной отбор).

Основные экономические показатели организаций для определения стоимости компании (капитализации):

- 1 Стоимость наличных материальных активов (на конец 2012 г.).
- 2 Объем продаж за год (оборот, выручка).
- 3 Чистая прибыль за год.

Дополнительные и производные экономические показатели организаций для определения эффективности бизнеса:

- 1 Численность персонала.
- 2 Выработка на одного сотрудника (оборот/численность).
- 3 Норма прибыли.
- 4 Стоимость бизнеса (капитализация).

Исходные данные расчета показателей: ответы на вопросы анкеты:

- Оценка материальных активов компании, в USD.
- Оборот (объем продаж, с НДС), в USD за прошедший год + план на текущий год.
- Прибыль, в% от объема продаж за прошедший год + план на текущий год.
- Оценка рыночной стоимости компании (Как Вы думаете, за какую сумму можно сейчас быстро продать такую компанию, как Ваша?).
- Желательная стоимость компании (За какую сумму Вы согласились бы продать бы 100% своей компании в текущем году?).
- Численность компании за прошедший год.
- Характер данных: «декларации на доверии» (анкета заполнялась руководителями компаний, никаких подтверждающих документов не требовалось).

Формула оценки стоимости компании (капитализации):

Общая формула:

$$\text{Стоимость компании} = (\text{Прибыль} \times M1 \times B1 + \text{Выручка} \times M2 \times B2 + \text{Материальные активы} \times M3 \times B3).$$

При расчете показателя капитализация использовались единые для всех компаний (средние) мультипликаторы. При расчете показателя «капитализация с учетом типа компании» – дифференцированные мультипликаторы (в зависимости от объема материальных активов и оборота).

Основные результаты исследования могут быть сформулированы в следующих предложениях:

В среднем оборот одной компании в 2012 году составил \$523 тыс. в год (16 млн. руб.). За 7 лет исследований средний оборот компаний – участников увеличился в 2 раза.

Материальные активы компаний по сравнению с 2006 годом в среднем выросли в долларовом эквиваленте на 32%, в рублевом – на 53% (среднее значение в 2006 году составляло \$100 тыс., в 2012 году – \$133 тыс.). При этом нужно иметь в виду, что 8 компаний из 24 имеют офисы в собственности, и со временем это количество увеличилось (в 2006 году таких компаний было 4). Часть компаний с течением времени приобрели офис в собственность, часть компаний-собственников за это время вступили в члены Ассоциации.

Чистая прибыль за 7 лет в среднем по компании выросла на 21% в долларовом эквиваленте и на 39% в рублевом (в 2006 г. среднее значение составляло \$47 тыс., в 2011 г. – \$56 тыс.). В 2009–2010 гг. прибыль падала (\$37 тыс. в 2009 г. и \$39 тыс. в 2010 г.). В 2011 г. прибыль выросла и превысила докризисный уровень, однако в 2012 г. произошел спад.

При этом норма прибыли по сравнению с 2006 г. упала. В 2006 г. средний показатель составил 19%, в 2010 г. он упал до 12%, и в 2012 г. он составляет 15%. Причины некоторого увеличения нормы прибыли могут быть разными, в том числе увеличение доли собственных исследований (соответственно, уменьшение доли полевых работ).

Численность персонала в среднем по Ассоциации держится примерно на одном уровне: от 11 до 14 человек. В данном случае это численность офисных работников (без учета привлекаемых интервьюеров, вводчиков, контролеров и т.д.).

Выработка на человека в компании за 7 лет выросла на 49% (среднее значение в 2006 г. – \$24 тыс., в 2012 г. – \$36 тыс.). По сравнению с предыдущим годом выработка увеличилась на 5%. Можно сделать вывод, что при увеличении объема компании не могут позволить себе содержать большой штат.

В среднем капитализация компаний за 7 лет выросла на 32% в долларовом эквиваленте и на 56% в рублевом эквиваленте). Стабильное увеличение капитализации наблюдается у компаний, имеющих собственные офисы.

Интересным в данном случае является отношение владельцев бизнеса к собственной компании. Как видно из графика (рис. 1), ликвидная цена после кризиса 2008 г. значительно упала по отношению к цене, рассчитанной по формулам (по ответу на вопрос «*Как Вы думаете, за какую сумму можно сейчас быстро продать такую компанию, как Ваша?*»).

Однако желаемая цена всегда значительно больше расчетной цены (по ответу на вопрос «*За какую сумму Вы согласились бы продать бы 100% своей компании в текущем году?*»). Это говорит о том, что данный бизнес для большинства владельцев является больше, чем бизнесом. К тому же только 13 компаний-участников исследования согласились ответить на вопрос о продаже бизнеса. Для 11 компаний этот вопрос является настолько некорректным, что они даже не хотят предположить такую возможность.

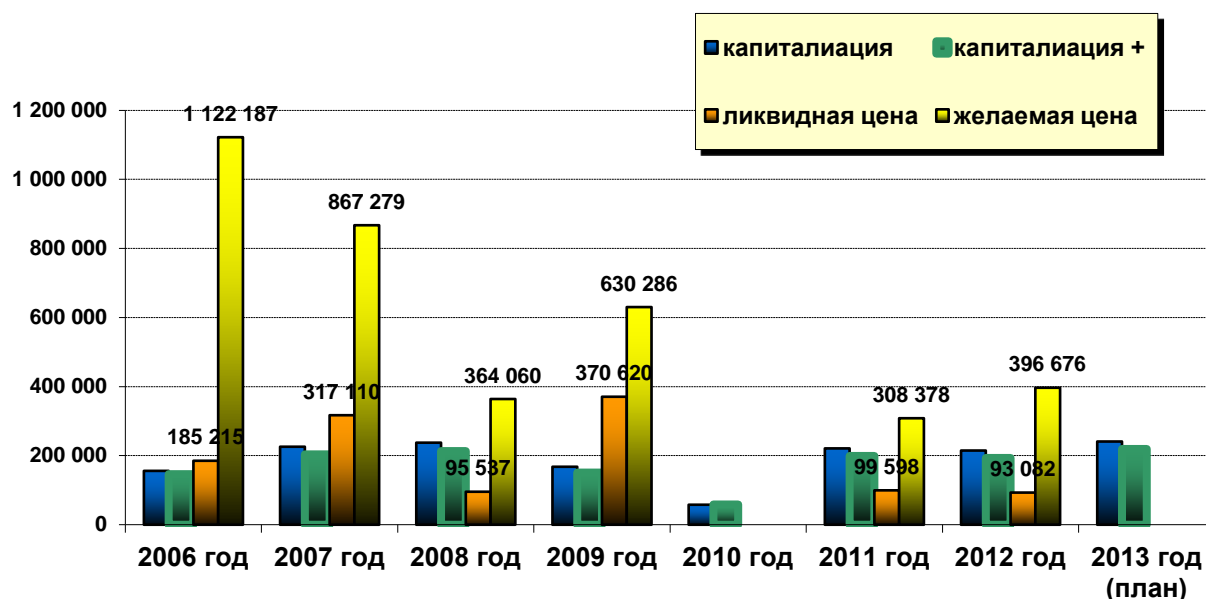


Рисунок 1 – Средние показатели капитализации Группы «7/89» (USD)

6. Что касается суммарных показателей, то с ростом числа членов Ассоциации и с увеличением оборота каждой из компаний суммарный оборот за 7 лет вырос в 3 раза (среднегодовой рост оборота – примерно 16%). В 2012 г. общий оборот всех компаний, состоящих в Ассоциации, составил \$12,5 млн.

Интересным является тот факт, что рост суммарного оборота компаний Группы «7/89» практически совпадает с ростом суммарного оборота ОИРОМ (рис. 2). В некоторой степени это доказывает репрезентативность Группы «7/89» как группы региональных компаний и подтверждает корректность расчетов ОИРОМ.

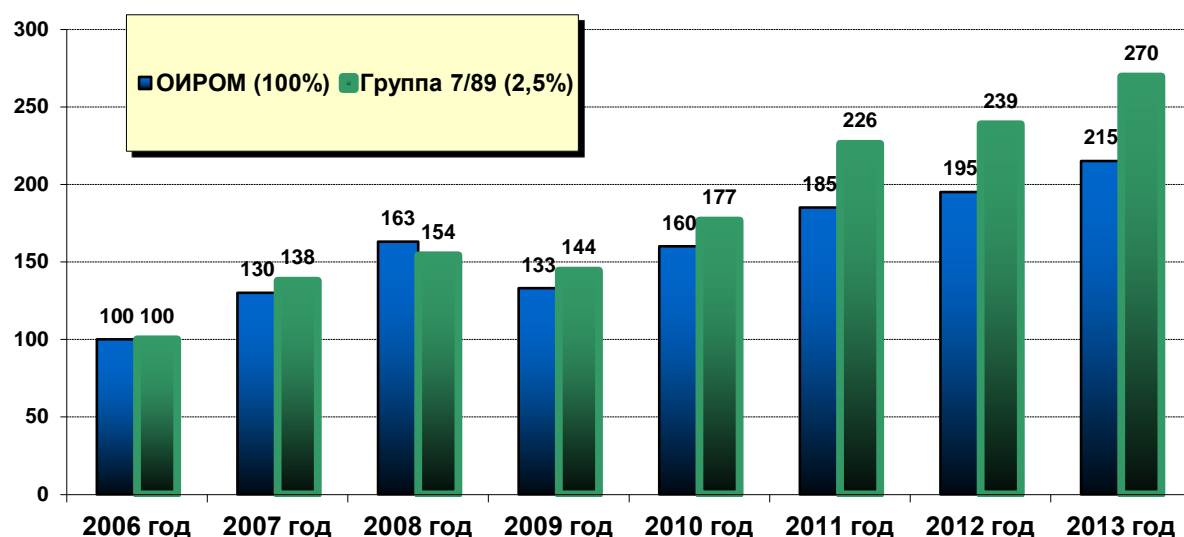


Рисунок 2 – Рост суммарного оборота исследовательских компаний 2006-2013 гг. (2006 г = 100%)

Литература

- 1 В.Самсонова и С.Харченко. Сравнительный метод оценки стоимости компании. <http://www.fd.ru/article/8603.html>

Н.В. Немирова
СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ В ВУЗЕ

НЕМИРОВА Наталья Викторовна – кандидат социологических наук, заведующая социологической лабораторией РГПУ им. А.И.Герцена, доцент кафедры социологии РГПУ им. А.И.Герцена. E-mail: nnemirova@yandex.ru

Система высшего образования в России сегодня ориентирована на удовлетворение запросов работодателя. Востребованность выпускников на рынке труда, включенность работодателя в учебный процесс (производственная практика, рецензирование выпускных квалификационных работ и т.п.) является основой для определения эффективности работы вуза.

Однако, если обратиться к документации Министерства образования и науки точного определения понятия «работодатель» или тем более перечисления конкретных организаций и учреждений, которые должны быть включены в образовательный процесс там не указаны. В результате каждый вуз, каждый факультет, каждая кафедра на сегодня самостоятельно определяют работодателя, его характеристики и порядок взаимодействия с ним. Подготовка студентов-социологов не исключение.

На сегодняшний день существуют две тенденции в подготовке студентов-социологов: во-первых, это стремление к универсализации, т.е. подготовке специалиста широкого профиля, гуманитарного технолога; во-вторых, это стремление к узкой специализации, т.е. подготовка сотрудника для исследовательских социологических компаний, полстеровских или маркетинговых организаций. В первом случае, возникают проблемы непонимания работодателем специалиста столь широкого профиля, и дезориентацией выпускника на рынке труда, уход в смежные или пограничные специальности (например, журналистика, маркетинг, HR, PR и т.п.). Во-втором случае, организации-работодатели предъявляют целый ряд претензий к подготовке специалиста. Прежде всего, отсутствие опыта исследовательской деятельности, отсутствие навыков владения статистическими методами анализа данных и специальными компьютерными программами, отсутствие навыков и умений аналитической деятельности. Таким образом, работодатель формирует требования к выпускнику – потенциальному работнику постфактум. Для разрешения сложившейся ситуации, организации диалога между работодателем и вузом, посредником между ними становится социологическая лаборатория.

Деятельность большинства социологических лабораторий состоит в выполнении трех функций: организация базы производственной практики студентов-социологов; организация и проведение оперативного социологического сопровождения управленческой деятельности университета; учебная площадка студентов, магистрантов и аспирантов, обучающихся по специальности «социология» на базе, которой осуществляется практическая подготовка и развитие профессиональных знаний и умений учащихся в области прикладной социологии, методов, приемов и техник социологического исследования и обработки социологических данных. Последняя функция, как правило, ограничена двумя предыдущими.

Организация производственной практики студентов ограничивается их участием в полевых исследованиях в рамках текущей деятельности исследовательских социологических организаций. Ввиду минимизации рисков исследовательские компании, как правило, привлекают студентов на следующие виды работ: телефонный опрос населения (реже организаций) по средствам системы CATI, рекрут респондентов на hall-test, скан-панель, рекрут респондентов методом «снежного кома», ввод данных в Excel, SPSS.

Исследования в рамках деятельности социологической лаборатории ограничиваются, как правило, по объекту и методу. В качестве объекта исследования выступает студенческая молодежь,

участники образовательной среды, внутренние процессы вуза. В качестве метода, раздаточное анкетирование, электронный почтовый опрос, «бумажный» телефонный опрос, уличный опрос.

Таким образом, студент овладевает/знакомится лишь с ограниченным числом методов социологического исследования, при этом методы преимущественно количественные, не качественные. Студенческое участие в исследовательском проекте работодателя ограничивается лишь полевым этапом исследования. В связи с этим вуз не может подготовить выпускника, отвечающего требованиям и критериям работодателя.

Для решения данного вопроса, социологическая лаборатория РГПУ им. А.И. Герцена, осуществляет построение долгосрочной проектной деятельности с работодателями (прежде всего региональные исследовательские организации) при проведении исследований полного цикла. Основой данного сотрудничества для вуза является увеличение конкурентоспособности и востребованности выпускника на рынке труда, расширение исследовательских практик, повышение мотивации студента, увеличение количества абитуриентов. Основой сотрудничества для работодателя является минимизация рисков при привлечении студентов к исследовательской деятельности, рост кадрового потенциала, тестирование и корректировка требований предъявляемых к работникам, расширение географии исследований, экспертная оценка исследовательских проектов, апробация новых методов и методик исследования, социальное партнерство. Таким образом, проведение совместных исследований полного цикла позволяет построить взаимовыгодный диалог между вузом и работодателем, и является необходимым условием развития рынка социологических организаций России.

С.Н. Проценко

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ И ИНСТИТУЦИОНАЛИЗАЦИИ ОТРАСЛИ ИССЛЕДОВАНИЙ В РОССИИ

ПРОЦЕНКО Сергей Николаевич – генеральный директор Южно-Российского исследовательского центра (ООО «ГК «Бизнес-формат», Ростов-на-Дону), Председатель Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89». E-mail: mail@opros-center.info, sergei@protsenko.name

Формирование отрасли Public Opinion & Market Research как рынка началось в современной России более 20 лет назад (речь идет именно об «отрасли» как форме организованной деятельности, в ходе которой используются капитал и труд для производства товаров и услуг. Социологические исследования различного рода, очевидно, проводились и ранее). Одновременно с ним возникли и иные рынки интеллектуальных услуг B2B – например, рынок рекламы, консалтинговых услуг или медийные рынки. К настоящему моменту большинство рынков приобрело «цивилизованный вид» – повысилась открытость, возникли рыночные инфраструктуры и профессиональные объединения, сформировались «правила игры». В то же время рынок социологических и маркетинговых исследований (особенно в регионах России) остается слабоструктурированным и в значительной степени закрытым. Процессы, идущие на «больших» рынках (в частности – укрупнение размеров компаний за счет слияний и поглощений) на этих рынках практически не проявляются.

Несмотря на то, что в отрасли PO&MR работает значительное число компаний (по ориентировочным оценкам – около 70-100 в столицах и 250-270 в регионах), сколько-нибудь целостного научного (или хотя бы практического, прикладного) положения дел в отрасли, тенденций ее развития, основных процессов, происходящих в данной сфере деятельности, по сути, нет. Научные работы по «исследованию исследователей», выполненные в предыдущие годы (например, работа О.Блиновой «Советники» или серия биографических интервью, выполненных Б. Докторовым) весьма немногочисленны и (в своей фактологической части) достаточно быстро устаревают.

Таким образом, **проблема, вызвавшая к жизни инициативу проведения исследования, заключается в отсутствии актуальной и системной информации о состоянии, структуре и перспективах развития отрасли социологических и маркетинговых исследований в России, об основных тенденциях и**

закономерностях, проявляющихся в развитии данного сегмента рынка и направления научной деятельности. При реализации проекта использованы средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта Институтом общественного проектирования по итогам VI Конкурса «Проблемы развития современного российского общества» в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 03.05.2012 № 216–рп

Рынок социологических и маркетинговых исследований включает в себя несколько «подмножеств субъектов». С одной стороны, – это коммерческие компании и органы государственной власти (как правило – инициаторы исследований и потребители «закрытой» информации, образующейся в результате исследований). С другой стороны – это столичные и региональные исследовательские компании, частично агломерированные в профессиональные ассоциации (ОИРОМ, Группа «7/89» и т.д.). Второе из названных множеств субъектов частично пересекается со сферой «академической/ вузовской социологии», в которой имеются «свои» профессиональные / тематические объединения (РОС, РоСА, САРФ, Социологическое общество им. М.М. Ковалевского и т.д.). И, наконец, потребителем «открытых результатов» социологических и (частично) маркетинговых исследований становится само российское общество – «простые люди».

Цель исследовательского проекта «Тенденции развития и институционализации отрасли социологических и маркетинговых исследований в современной России» – **получение социальной информации, необходимой для характеристики ситуации на рынке социологических и маркетинговых исследований России, выделения основных тенденций и прогнозирования развития рынка.**

В качестве основных задач исследования рассматриваются следующие.

- 1 Анализ структуры отрасли PO&MR, выделение и описание основных игроков рынка и основных сегментов отрасли PO&MR.
- 2 Создание и/или актуализация максимально полной базы данных компаний, дислоцированных в России и работающих в сфере PO&MR.
- 3 Анализ системы отношений сферы «коммерческих исследований» с близкими («похожими» по ряду признаков) областями (академическая социология, реклама и маркетинг, консалтинг и BTL и т.д.).
- 4 Характеристика инфраструктуры отрасли PO&MR, описание рыночных механизмов, профессиональных ассоциаций и их роль в развитии системы социальных и маркетинговых исследований в России.
- 5 Анализ специфики отношения к отрасли и основным участниками рынка со стороны заказчиков, потребителей информации и населения России в целом.
- 6 Характеристика основных тенденций развития направления PO&MR в России и мире. Выделение и обоснование наиболее вероятных трендов дальнейшего развития отрасли.

В качестве **объекта изучения** в рамках исследовательского проекта рассматривается отрасль социологических и маркетинговых исследований (рынок PO&MR) современной России.

В качестве **предмета исследования** рассматриваются основные тенденции развития и институционализации отрасли социологических и маркетинговых исследований, которые наблюдаются в настоящее время.

Анализа ответов экспертов о том, каким образом будет развиваться сфера социологических и маркетинговых исследований в России, позволяет сделать следующие выводы:

- 1 Развитие сферы социологических и маркетинговых исследований прежде всего зависит от состояния экономики (как российской, так и мировой) и политической ситуации. Остальные факторы, влияющие на рынок, вытекают из этих двух, поэтому говорить о них можно лишь как о косвенных.
- 2 Исследовательский рынок в России сейчас находится на пороге заметных изменений. В том виде, в котором он существует сейчас, он быть дальше не может по многим причинам,

но прежде всего потому, что вписан в структуру мирового рынка исследований, и развивается по тем же правилам.

- 3 Существует несколько трендов дальнейшего развития рынка:
- a. появление сильного профессионального сообщества, объединяющего большинство участников рынка, которое будет определять правила игры, защищать интересы исследователей, как перед государством, так и перед бизнесом, и решать многие другие вопросы;
 - b. исчезновение методик face-to-face и переход большинства видов опросов в онлайн;
 - c. использование новых технологий при проведении исследования (планшеты, смартфоны, другие гаджеты), полный отказ от бумажного инструментария;
 - d. реперофильрование компаний (особенно региональных), занимающихся в основном проведением полевых работ;
 - e. выделение некоторых подразделений (специализирующиеся, например, на холл-тестах или методике «тайный покупатель») в самостоятельные направления бизнеса;
 - f. появление новых методик в «качественных» исследованиях, так как усиливающаяся конкуренция и борьба за покупателя среди производителей товаров и услуг требует детального изучения потребительского поведения;
 - g. междисциплинарное взаимодействие социологии с другими науками: экономикой, политологией, историей и т.д.

О.В. Рыбакова

ПРОБЛЕМА ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ КАК ПЕРСПЕКТИВА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ СОЦИОЛОГОВ-ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ И СИСТЕМЫ ВЫСШЕГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В РФ

РЫБАКОВА Ольга Викторовна – кандидат философских наук, доцент кафедры прикладной социологии ИСПН УрФУ, директор Центра маркетинговых и социологических исследований ООО «Фонд «Социум», Екатеринбург. Email: ovr@fsocium.ru

Анализ траектории развития отечественной социологии, позволяет говорить о двух, во многом параллельных тенденциях становления профессии «социолог» в течение последних 20 лет. Их параллельный характер во многом обусловлен разными истоками их формирования.

Речь идет о становлении российского социологического образования, задачей которого является воспроизводство кадрового корпуса российских социологов. В последние десятилетия его институализация носила буквально галопирующий характер. Если вначале 1990-х в России было 6 выпускающих кафедр, то сегодня социологов готовят в 179 российских вузах [1]. Своими концептуальными истоками российское социологическое образование восходит к просветительской традиции, с одной стороны, и универсалистской трактовке профессии, сложившейся в пору его философского и научно-коммунистического прошлого. Результатом и сегодня является размытая профессиональная идентичность и значительный разрыв между квалификационными характеристиками выпускников, представлениями о профессии преподавателей большинства департаментов социологии и реальными требованиями к специалистам со стороны той части профессионального сообщества, которая занята не только в академическом секторе. В частности, исследования, проведенные Б.С. Булановой в 2011 г., показывают, что на большинстве выпускающих кафедр по-прежнему преобладает ориентация на воспроизводство преподавательского корпуса, отсутствуют ориентации в подготовке социологов на потребности российского рынка труда; отмечается отсутствие четких представлений о профессиональных нормах, квалификационных требованиях,

профессиональных стандартах, а на сайтах кафедр привлекательность профессии позиционируется, как возможность быстро осваивать профессии маркетолога, менеджера, кадровика, рекламиста и т.д. [2].

Характерно, что рынок труда в лице рекрутинговых компаний отвечает точно таким же непониманием собственно «социологического ремесла». Прделанный нами анализ сайтов рекрутинговых агентств показал, что лейтмотив в рубрике «профессия социолог» выглядит при мерно следующим образом: «Прикладные социологи занимаются маркетинговыми исследованиями в торговых фирмах, исследуют мнение электората на предвыборных кампаниях, просчитывают эффективность проведения рекламных кампаний, составляют рейтинги для СМИ. И называться они могут соответственно маркетологами, аналитиками, политехнологами. Собственно социологами работают единицы – это ученые, которые с помощью опросов населения и математической обработки данных выясняют, что реально происходит в обществе, раскрывают причины негативных явлений и дают рекомендации по улучшению ситуации» [3]

Другую тенденцию можно обозначить как интенсивное развитие в России прикладных социологических исследований в последние два с половиной десятилетия, что фактически привело к созданию новой отрасли информационных услуг с развитой рыночной инфраструктурой. По данным портала СОЦИОЛОГОС и Базы исследовательских компаний «Циркон» в РФ в 2013 работало более 575 исследовательских агентств [4].

Формирование профессиональной идентичности в этом секторе отечественной социологии восходит к нескольким социологическим школам, в основном столичным, сложившимся в 70-е годы (ИС РАН, социологические факультеты СпБУ, социологические лаборатории УрГУ, Пермского университета и др.), которые фактически подготовили кадры профессиональных социологов к началу бума институализации 1990-х. Кроме того, важной методологической основой данного направления стал опыт зарубежных исследовательских компаний, который они привнесли на отечественный рынок информационных услуг на рубеже 1980–1990-х гг.

Сегодня столичные и региональные компании по проведению социологических исследований создают тысячи рабочих мест, далеко не всегда привлекая к работе дипломированных социологов. Заметная часть социологов-исследователей работают внутри производящих и сервисных предприятий на территории России. где их компетенции сильно размыты. Заказчиками исследований выступают органы власти всех уровней, научное сообщество, производители товаров и услуг. Результаты социологических и маркетинговых исследований рассматриваются как информационное обеспечение разработки законопроектов, стратегий ведения бизнеса и реализации социальных программ.

Растет интерес пользователей социологической информации к вопросам ее качества, достоверности. Заказчики социологических исследований хотят иметь четкие ориентиры, позволяющие оценить уровень надежности результатов исследования, иметь представление о нормативном и организационном оформлении исследовательского проекта. Результаты социологических исследований составляют постоянный информационный фон в жизни россиян.

Однако представления о профессии «социолог» остаются весьма приблизительными. Онлайн опрос в социальных сетях непрофессионального профиля показал, что 65% не знают определенно, чем занимаются социологи, а 75% не стали бы ее рекомендовать молодому поколению, считая ее востребованной только в самых крупных городах (64%) или вовсе невостребованной (15%) [5]

По какому пути может пойти сближение двух обозначенных выше тенденций, чтобы в итоге могла выиграть профессия «социолог»?

«Индустрия» маркетинговых и социологических исследований предполагает формирование корпоративной культуры, профессиональных норм и стандартов исследовательских практик. Потребность в профессиональных нормах и стандартах отражается в том, что они создаются на уровне профессиональных объединений социологов, например, профессиональные нормы разработаны Российским обществом социологов (РОС), Ассоциацией региональных социологических центров «Группа 7/89» и др. и предназначены для внутреннего пользования.

Однако, утвержденных на государственном уровне профессиональных стандартов, характеризующих профессию «социолог», не существует [6]. Эта коллизия создает ряд отраслевых проблем. В частности социологи, выпускающиеся российскими вузами, не имеют навыков, необходимых для работы в социологических исследовательских организациях. К большому сожалению, стандарт высшего социологического образования третьего поколения в настоящее время отстает от реальной исследовательской практики, и теоретически образованные выпускники зачастую не могут применить полученных знаний на практике без дополнительной переподготовки.

Исследовательским компаниям приходится длительно стажировать и во многом переучивать выпускников вузов с профильным социологическим образованием.

Точкой сближения обозначенных тенденций могут стать стандарты профессии **«Социолог»**, которые будут способствовать решению целого вороха проблем:

- Развитию методологической и методической грамотности отечественных социологов, специалистов в области прикладных социологических исследований;
- Приведению в соответствие требованиям рынка труда в области исследовательской индустрии стандартов высшего социологического образования
- Предоставлению участникам социологических исследований системы критериев и показателей оценки качества реализации всех видов работы социолога;
- Предоставлению высшим учебным заведениям пакета стандартных требований к профессии «социолог», чтобы выпускники вузов приобретали навыки к работе по полученной специальности еще по месту учебы;
- Укреплению положительной репутации и рыночных позиций исследовательских компаний путем повышения эффективности менеджмента затрат и рисков при организации и проведении социологического исследования;
- Соблюдению профессиональных этических норм во всех видах деятельности специалиста социолога;
- Приведению профессиональных норм и требований в деятельности социолога в соответствие российскому законодательству в области информационных услуг, информационной безопасности;

В конечном счете появление такого стандарта в государственном реестре профессий даст возможность преподавателям высшей школы откорректировать свое понимание миссии специалиста-социолога, а работодателям – сфер приложения социологического образования, повысит конкурентоспособность отечественных специалистов социологов на отечественном рынке труда.

Литература

- 1 http://www.moeobrazovanie.ru/specialities_vuz/sociologiya.html
- 2 Буланова М. Б. Социологическое образование в региональных вузах России // Социологические исследования. – 2011. – № 10, С. 37
- 3 В частности, <http://www.profguide.ru/professions/art-id-646.html>;
[http://9955599.ru/specialization.php?id=149&page=4&abc=%D1](http://9955599.ru/specialization.php?id=149&page=4&abc=%D1;);
<http://www.rabotagrad.ru/information/164/506>; <http://www.profi.ua/prof/view/150/>, и т.д. всего n=20
- 4 <http://www.sociologos.ru/ispolniteli/>
- 5 Исследование проводилось по инициативе кафедры прикладной социологии УрФУ (автор – О.В. Рыбакова) в январе 2014г. методом структурированного интервью на основе ресурса <http://anketolog.ru/> Размещалась в социальных сетях: Вконтакте, Одноклассники, Твиттер

- 6 См. Реестр областей и видов профессиональной деятельности Министерства труда и социальной защиты. <http://profstandart.rosmintrud.ru/reestr-oblastej-i-vidov-professionalnoj-deatelnosti>

В.В. Токарев
МЕТОДИКА И РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА
«ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ РЕЙТИНГ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ КОМПАНИЙ-2013»

ТОКАРЕВ Василий Владимирович – кандидат технических наук, генеральный директор ЗАО ЦСМИ «Аналитик» (Волгоград), доцент кафедры истории, культуры и социологии ВолГГУ. E-mail: chief@socio-research.ru

В октябре 2013 г. Ассоциация региональных социологических центров опубликовала результаты очередной (9-й) волны инициативного исследовательского проекта «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» (РИК-2013). В 2013 г. проект РИК выполнялся в рамках более обширного исследования «Тенденции развития и институционализации отрасли социологических и маркетинговых исследований в современной России». При реализации проекта были использованы средства государственной поддержки, выделенные в качестве гранта Институтом общественного проектирования по итогам VI Конкурса «Проблемы развития современного российского общества» в соответствии с распоряжением Президента Российской Федерации от 03.05.2012 №216-рп.

Исследовательский проект, реализованный Ассоциацией «Группа 7/89» в 2013 г., может быть охарактеризован в следующих предложениях:

Цель исследования. Основной целью исследования явилось профессиональное оценивание компаний–заказчиков полевых работ для организаций, размещенных в регионах России; а также анализ ситуации на рынке социологических и маркетинговых исследований в части распределения субподрядных (как правило – полевых) работ в регионах.

Объект исследования. Исследовательские компании, дислоцирующиеся в регионах России и выполняющие субподрядные работы по заказам столичных (размещенных в Москве и Санкт–Петербурге) исследовательских компаний, а также по заказам региональных компаний, размещенных в других регионах России.

Генеральная совокупность. Предварительная оценка сверху общего объема генеральной совокупности компаний–оценщиков (исследовательских компаний, дислоцированных в регионах России) составила около 250 единиц. Общее количество компаний, дислоцированных в регионах России и заявивших, что они занимаются проведением социологических и маркетинговых исследований, близко к 700 единицам.

Компании–респонденты. В 2013 г. ходе исследования было получено 153 заполненных анкеты (в 2012 г. – 115). Респонденты, принявшие участие в исследовании, дислоцированы на территории 61 региона России, в которых проживает 80% населения страны.

Объекты оценки. В списки компаний, оцениваемых в проекте РИК, было включены 80 компаний, в том числе 45 компании из Москвы, 8 компаний из Санкт–Петербурга и 27 региональных исследовательских компаний.

Технология оценки. Исследовательские компании оценивались по совокупности «ресурсов» (технологический, кадровый, символический, организационный, финансово-экономический). На основании полученных оценок был рассчитан совокупный рейтинг компаний, приведенный к 100-бальной шкале.

Таблица 1 Оценки столичных исследовательских компаний по объему ресурсов (средние значения, 10-бальная шкала)

Вид ресурса	Финансовый		Организац ионный		Кадровый		Технологический		Символический	
	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг
Фонд «Общественное мнение» (Москва)	8,3	1	9,1	1	9,2	1	8,1	1	9,4	1
Левада-Центр (Москва)	7,3	3	8,1	3	8,5	4	7,2	5	9,1	2
МИП (Москва)	7,4	2	7,9	8	8,6	2	7,2	6	7,9	10
ЦИРКОН, Исследовательская группа (Москва)	6,7	8	8,1	4	8,5	3	7,0	7	7,9	9
VALIDATA (Москва)	7,2	4	7,9	7	8,3	5	6,6	13	7,6	11
Ипсос (IPSOS-Russia) (Москва)	7,2	5	8,1	5	8,1	9	7,3	4	8,8	3
ACNielsen /a VNU Company (Москва)	6,8	7	8,0	6	8,2	6	6,9	9	8,2	6
TNS Russia (Москва)	6,7	9	8,1	2	8,2	7	7,5	3	8,3	5
МиксРисеч (Mix-Research) (Санкт-Петербург)	7,1	6	7,8	10	7,8	12	6,8	11	6,1	23
GfK RUS (Москва)	6,2	18	7,9	9	8,0	10	7,6	2	8,5	4
Synovate Comcon (бывш. Комкон) (Москва)	6,3	16	7,5	12	8,2	8	6,9	10	8,0	8
Фармэксперт (Москва)	6,4	12	7,3	14	8,0	11	6,2	20	6,9	15
Институт социологии РАН (Москва)	6,3	15	7,2	18	7,7	14	6,5	15	7,2	13
Божоле (Москва)	6,4	11	7,2	16	7,6	17	6,7	12	6,9	19
О+К Маркетинг + Консалтинг (Санкт-Петербург)	6,5	10	7,5	11	7,7	15	6,6	14	6,9	16
A/R/M/I Marketing (Москва)	6,2	19	7,3	13	7,6	16	6,9	8	7,4	12
MASMI Moscow (Москва)	6,4	13	7,2	19	7,3	19	6,1	21	7,2	14
ВЦИОМ (Москва)	6,4	14	6,6	23	7,1	23	6,3	18	8,1	7
CMR (Москва)	5,9	21	7,2	17	7,3	20	6,4	16	6,5	22
Фабрика маркетинга (Москва)	6,3	17	6,8	22	7,0	24	6,1	22	6,6	21
Той-опинион (Санкт-Петербург)	6,0	20	6,9	21	7,2	21	5,7	24	6,8	20
Бизнес-Аналитика (Москва)	5,3	23	7,1	20	7,6	17	6,3	19	6,9	18
MAGRAM Market Research (Москва)	5,1	24	7,3	15	7,8	13	5,9	23	6,9	17
Top of Mind (Москва)	5,5	22	6,5	24	7,1	22	6,3	17	5,8	24
РОМИР (Москва)	4,0	25	5,7	25	6,1	25	5,1	25	5,4	25

В табл. 1 представлены средние оценки столичных исследовательских компаний по объему располагаемых ресурсов. В итоговые рейтинги включены 25 компаний, наиболее активно работающих с респондентами, принявшими участие в проекте РИК. Все компании, включенные в итоговые рейтинги, были оценены не менее, чем 29 компаниями-оценщиками. Максимальное количество оценок одной компании составляет 92 единицы.

В табл. 2 представлены показатели динамики совокупного рейтинга компаний, вошедших в итоговый список 2013 г., в 4-х волнах исследования. Показатели совокупного рейтинга рассчитывались как линейная комбинация оценок по факторам (см. табл. 1) с учетом их оценок значимости факторов (весов):

$$Y = a_1 \times C_1 + a_2 \times C_2 + \dots + a_5 \times C_5.$$

Таблица 2 Динамика совокупного рейтинга оцениваемых компаний, полученного в исследованиях 2010–2013 годов

Год проведения исследования	2013 год		2012 год		2011 год		2010 год	
	Рейтинг	Ранг	Рейтинг	Ранг	Рейтинг	Ранг	Рейтинг	Ранг
Фонд «Общественное мнение» (Москва)	88,7	1	85,7	1	83,3	1	91,5	1
Левада-Центр (Москва)	77,5	2	75,9	5	76,5	5	76,9	6
МИП (Москва)	77,1	3	77,7	3	73,1	6	80,3	3
ЦИРКОН, Исследовательская группа (Москва)	76,1	4	78,9	2	77,1	3	77,0	5
VALIDATA (Москва)	76,1	5	69,0	13	69,4	11	60,1	
Ипсос (IPSOS-Russia) (Москва)	76,0	6	76,1	4	80,5	2	83,5	2
ACNielsen /a VNU Company (Москва)	75,5	7	72,6	7	76,7	4	69,3	10
TNS Russia (Москва)	74,1	8	73,5	6	70,5	10	70,2	8
МиксРисеч (Mix-Research) (Санкт-Петербург)	73,5	9	65,4		Н/Д		Н/Д	
GfK RUS (Москва)	72,3	10	71,5	9	72,9	7	66,9	15
Synovate Comcon (бывш. Комкон) (Москва)	71,0	11	71,5	10	69,4	12	77,0	4
Фармэксперт (Москва)	70,3	12	64,7	19	66,0	14	66,7	16
Институт социологии РАН (Москва)	69,8	13	72,1		67,6		61,7	
Божоле (Москва)	69,4	14	69,7	12	69,7		64,2	
О+К Маркетинг + Консалтинг (Санкт-Петербург)	68,9	15	72,3	8	66,9	13	68,4	12
A/R/M/I Marketing (Москва)	67,7	16	64,7	18	65,7	16	71,6	7
MASMI Moscow (Москва)	67,6	17	70,5	11	71,1	9	67,6	14
ВЦИОМ (Москва)	67,0	18	67,4	15	63,4	19	69,6	9
CMR (Москва)	66,3	19	68,8	14	62,4	21	68,7	11
Фабрика маркетинга (Москва)	66,0	20	59,5	22	59,8		Н/Д	
Той-опинион (Санкт-Петербург)	63,9	21	66,6		64,4		44,8	
Бизнес-Аналитика (Москва)	62,3	22	64,1	20	59,1	23	52,8	24
MAGRAM Market Research (Москва)	61,4	23	60,9	21	59,4	22	53,4	23
Top of Mind (Москва)	60,9	24	55,6	24	57,1	24	60,4	19
РОМИР (Москва)	49,8	25	53,2	25	52,3	25	58,5	21

Показатели динамики оценки значимости различных факторов за все время исследования (начиная с 2007 г.) иллюстрируются диаграммой, представленной на рис. 2. Процентные показатели, приведенные на диаграмме, представляют вклад каждого ресурса в совокупный рейтинг исследовательской компании.

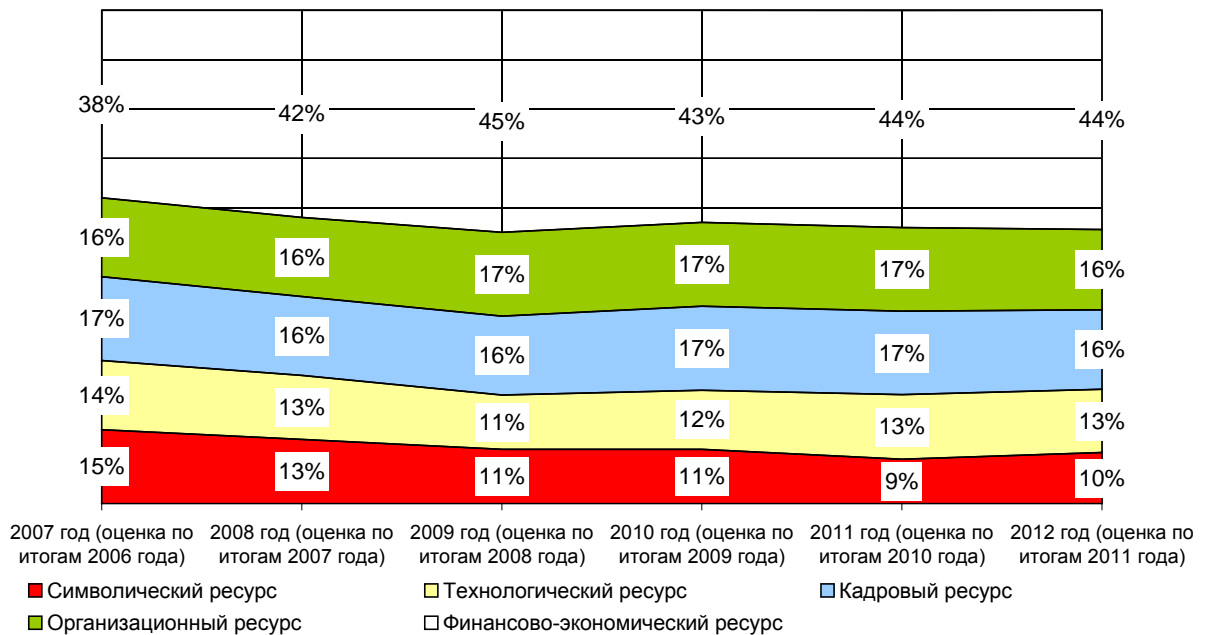


Рисунок 2 - Показатели динамики оценки значимости ресурсов, определяющих совокупный рейтинг исследовательских компаний

Полученные в ходе исследования данные позволяют сделать следующие выводы:

- 1 Наиболее значимым видом ресурса, во многом определяющим восприятие региональными подрядчиками своих заказчиков по полевым работам, является «финансовый ресурс» (оценка выгоды сотрудничества -44%). Наименее значимым является «символический ресурс», значимость которого за период измерений снизилась с 15% до 9%-10%.
- 2 Первую позицию по совокупному рейтингу, как и прошлые годы, занимает Фонд «Общественное мнение». На второй-четвертой позиции произошли заметные изменения. ИГ «ЦИРКОН» спустилась со второй позиции на четвертую, «Левада-Центр» поднялся с пятой на вторую, Validata поднялась в рейтинге на 8 позиций и оказалась на пятой сточке. Российское отделение Ipsos потеряло еще одну позицию в обобщенном рейтинге и вышло из пятерки лидеров.
- 3 Наиболее заметно повысила свою позицию в рейтинге за последний год компания Validata (поднялась на 8 строк в рейтинге – с 13 на пятую позицию). Также поднялся на три позиции в рейтинге «Левада-Центр», занявший второе место в обобщенном рейтинге.
- 4 Более всего потеряли в рейтинге за последний год три компании – «О + К Маркетинг + Консалтинг» (падение на семь позиций – с восьмого на 15-е место), MASMI (переместился с 11 на 17 позицию) и CMR (перемещение с 14 на 19 позицию).
- 5 Три последние позиции в рейтинге (как и в большинстве рейтингов по отдельным видам ресурсов) занимают компании РОМИР (третий год подряд на последней позиции рейтинга), Top of Mind (третий год подряд на 24-й позиции) и MAGRAM Market Research (опустился с 21 на 23 позицию).

Д.Л. Фролов

ПОЧЕМУ СМИ НЕ УМЕЮТ РАБОТАТЬ С ДАННЫМИ ИССЛЕДОВАНИЙ? КТО ВИНОВАТ И ЧТО ДЕЛАТЬ

ФРОЛОВ Дмитрий Львович – главный редактор портала *Research&trends*. E-mail: frolov@r-trends.ru.

Сначала, естественно, о проблеме: «а был ли мальчик»? Ну не умеют СМИ работать с исследователями, и что? Проблема между тем есть и большая: обществом, лишенным знаний, гораздо проще манипулировать. Это касается как общественно-политических знаний (B2C), так и информации о бизнесе (B2B). Свобода слова, доступность и простота коммуникаций проблему лишь усугубляют. Ведь журналисты – это естественные посредники на пути получаемых исследователями знаний к обществу. Если этот канал становится непроходимым или искажает информацию, то см. выше.

Однако представим себе идеальную ситуацию: журналисты регулярно обращаются к исследователям за идеями и комментариями и адекватно доносят их в своих публикациях. Со своей стороны, исследователи направляют в СМИ пресс-релизы, а потом видят их напечатанными. Или просто звонят знакомым журналистам с идеями для статей, а журналисты радостно подхватывают их. Красота! Почему этого не происходит?

Можно выделить несколько причин системного характера.

- 1 Журналисты (шире – СМИ) не понимают, чем на самом деле занимаются исследователи, в чем их бизнес. Исследователи, в свою очередь, не понимают, чем на самом деле занимаются медиа, в чем их бизнес. И, действительно, в чем?
- 2 Однако понимание возникает не само по себе, а как итог взаимного интереса. Что нужно журналистам от исследователей, а что нужно исследователям от журналистов?
- 3 Говоря об «исследователях» и «журналистах», мы обычно видим их как однородную массу. Но это не так. Из каких секторов состоят оба этих сообществ, в чем их особенности?

Причины причинами, но ведь и делать что-то надо для сближения миров. Что именно и в какой последовательности? Будем исходить из того, что основные особенности, различающие журналистов и исследователей, своего рода «отраслевые метки» – это образование и ментальность. С чего начать сближение?

Журналисты: делаем ставку на «лучших», обычно работающие в столичных изданиях. Подавляющее большинство из них приехали из регионов, но это неважно – работают-то они в столице. Вторая перспективная группа – это журналистская молодежь.

Формы работы: с «лучшими» – регулярные встречи, семинары. Они могут быть как «сборными», так и для отдельно взятых редакций. Проводить их могут как независимые лекторы, так и одна из исследовательских компаний. Собирать журналистов надо как персональными приглашениями, так и через редакции.

С молодежью иначе. Тут лучше действовать через вузы, проводя лекции или/и, возможно, семинары о том, как работают исследователи, какие данные они получают, какими понятиями оперируют и т.п. Очень полезны могли бы быть такого рода лекции в региональных вузах. Причем, исследователи могут их проводить почти без отрыва от своей работы, даже если лектор работает в другом городе – для этого можно использовать командировки. Опыт такого рода проектов уже есть.

Исследователи. Они делятся на две неравные части: те, у кого есть пресс-службы, и те, у кого их нет. Вообще говоря, имеет смысл говорить только о второй, о «безлошадных», поскольку «ученого учить – только портить». Но есть исключения. К ним, в первую очередь, относятся средние исследовательские компании, которые не могут выделить адекватной зарплаты для такого специалиста, а в итоге там часто работают либо совместители, либо неопытные сотрудники, которым нужна помощь. Но и в крупных компаниях тоже могут быть проблемы, особенно, в случае, если

функции «разводящего запросы журналистов» предоставлены ресепшн, а непосредственным общением с прессой занимаются «линейные сотрудники» по направлениям. Проблемы эти заключаются в том, что мелкие тактические задачи решаются, но в стратегически проблема остается. Что делать в этом случае? То же: учить. Но учить иначе, конечно. Учить с учетом специфики менталитета и психологических особенностей «медийных людей». Кстати, формы обучения бывают разные. Это не обязательно лекции, т.е. «вещание» одного эксперта необразованной, но жаждущей знаний массе. Более релевантными тут будут встречи в узком (или, скажем так, не слишком широком) кругу с опытным модератором.

А вот о том, как все это организовать и финансировать – поговорим на конференции.

ФИНАНСОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ В DIGITAL ЭПОХУ: КАК ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ МЕНЯЮТ УСТАНОВКИ И ПРАКТИКИ ЛЮДЕЙ

Н. В. Дулина, Д. В. Моисеева
ИЗ ОПЫТА ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ УСТАНОВОК
В ОТНОШЕНИИ ДЕНЕГ

ДУЛИНА Надежда Васильевна – доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой «История, культура и социология» ВолгГТУ. E-mail: nv-dulina@yandex.ru

МОИСЕЕВА Дарья викторовна – старший преподаватель кафедры «Менеджмент, маркетинг и организация производства» ВолгГТУ. E-mail: moiseeva.work@yandex.ru

Финансовая грамотность рядового человека в первую очередь определяется умением распоряжаться деньгами. Любые социальные нормы, в том числе и нормы финансовой грамотности, могут складываться на практической базе совершения каждодневных действий в течение длительного промежутка времени или перениматься от родителей в процессе воспитания. Установки в отношении денег определяют финансовое поведение человека на протяжении всей жизни. Исследователи считают, что установки – это базис финансовой грамотности, но включение установок в понятие финансовой грамотности считают вопросом довольно спорным [1, с. 158]. На наш взгляд, спорность данного вопроса определяется отсутствием глубоких исследований данной проблематики.

Авторами данной публикации была предпринята попытка изучения социальных установок в отношении денег во взаимосвязи с уровнем финансовой грамотности населения.

Для проверки гипотезы, мы провели зондаж в форме опроса жителей г. Волгограда (объем совокупности 175 чел., средний возраст 24,1 г., период – осень 2012 г., исследование носило зондажный характер, задача репрезентации выборки не ставилась). Социальные установки в отношении денег замерялись при помощи оценочных суждений. В основу исследования был положен тест, который позволяет определять способность человека жить в мире финансов и обращаться с деньгами. Метод был разработан А.В. Махначем (Московский центр психологии и психотерапии), а в 1997 г. модифицирован в НГХ Г. Г. Воробьевым [2, с. 163]. Типовая методика была дополнена перечнем вопросов, позволяющих определить социально-демографические характеристики. Кроме того, в ходе апробации вопросника возникла необходимость усовершенствовать его к требованиям массового сознания. В исходном тесте использовалась четырехбалльная система оценки, которая не всегда корректно воспринималась респондентами, поэтому она была заменена привычной школьной 5-балльной шкалой оценок.

В результате исследования удалось выделить 4 группы респондентов, отличающиеся между собой по социальным установкам в отношении денег и уровню финансовой грамотности. Для оценки уровня финансовой грамотности нами предложена «школьная» шкала: условно определены «двоечники», «троечники», «хорошисты» и «отличники».

Первая группа – «двоечники» (16,3%).

Для представителей этой группы свойственна хроническая нехватка денег, причем денег не хватает даже для удовлетворения нужд, не говоря о каких-либо излишествах и/или отпуске. Постоянные проблемы в финансовой сфере вызывают чувство неуверенности и осознание собственной финансовой безграмотности. Попытки экономить деньги, вести учет доходов/ расходов и делать расходы строго по плану не приводят к желаемому результату. Финансовое поведение представителей «двоечников» не является социальной нормой: это люди, характеризующиеся низким уровнем

финансовой грамотности. Необходимо подчеркнуть, что внешняя финансовая среда воспринимается как враждебная, люди не знают как себя в ней вести.

Это самая «взрослая» группа – средний возраст 25,7 лет, а самому старшему респонденту – 43 года. Среди этой группы преобладают женщины (58,6%), 37,9% людей с высшим и неоконченным высшим образованием, 48% имеют семью. Необходимо отметить самый низкий уровень самоидентификации – 44,8% относят себя к низшему или между низшим и средним социальным слоям, хотя есть и люди, определяющие себя как высший слой, их 7%. В этой группе самая большая доля людей работающих по найму (75,9%) и самая маленькая доля руководителей (12,3%).

В ходе описания данной группы нами было сделано предположение о том, что на их финансовое поведение сильное влияние оказывает наличие негативного опыта. Причем это может быть как их собственный опыт (их детство и юность пришлось на кризисные 1990-е), так и опыт, перенятый от родителей, которые полностью вкусили все «прелести» перехода от социализма к капитализму.

Ответы респондентов второй и третьей группы характеризуют социальную норму в отношении к деньгам. И у второй, и у третьей группы отношение к деньгам можно определить как рациональное, но все разница в ответах налицо. На наш взгляд, эти отличия объясняются разнообразием социальных установок в отношении денег: результат один, а средства достижения различные.

Вторая группа – «троечники» (36%).

Представители данной группы хватает денег для удовлетворения нужд, но позволить себе «лишнее» может около 20%. Для них важно продумать планируемые траты, перебрать все возможные варианты решения финансовых проблем, наличие долгов вызывает серьезное беспокойство. Они осторожны в принятии финансовых решений, но постоянное сомнение вызывает у них чувство неуверенности. Финансовых знаний и навыков явно не хватает для обеспечения финансовой стабильности: уровень финансовой грамотности ниже среднего. По отношению к внешней финансовой среде люди чувствуют себя не уверенно, правила игры для них известны, но положительные навыки отсутствуют.

Мужчин в данной группе больше половины (65,6%). Средний возраст 23,3 года. Доля людей с высшим или неоконченным высшим здесь ниже – 28,1%. Доля руководителей значительно выше – 30,6%, а рабочих вдвое меньше, чем в первой группе – 23,4%. Среди них около 40% людей имеющих семью. Большинство респондентов данной группы относят себя к среднему слою, а, вот людей, определивших себя как низший и высший слой, здесь практически в два раза ниже – 29,7% и 3,1% соответственно.

Третья группа – «хорошисты» (35,4%).

Большинству представителей данной группы (65%) хватает денег на жизнь, и более того 40% отмечают, что могут купить все, что хотят и провести отпуск так, как им хочется. Деньги, которые они зарабатывают, обеспечивают чувство уверенности. С финансовыми проблемами они сталкиваются гораздо реже представителей двух предыдущих групп. При решении финансовых вопросов они стараются «не осторожничать» и это дает положительный результат. Склонность к риску в сочетании со способностью обеспечить финансовую независимость у представителей данной группы позволяет дать заключение о высоком уровне финансовой грамотности. По отношению к внешней финансовой среде люди чувствуют себя уверенно, известны и правила игры, и есть положительный опыт.

Основной состав этой группы – это молодые мужчины (средний возраст 24,6 года), работающие по найму, причем доля руководителей в этой группе самая большая из всех групп – 36,7%, около половины семейных, 40% из них имеет или получает высшее образование. Высокая доля руководителей отразилась на уровне самоидентификации: доля людей относящих себя к высшему слою в этой группе 12,7%, т.е. в 2 раза больше, чем в первой группе, в 4 раза больше, чем во второй, на 40% больше, чем в четвертой. Основная доля (62%) – это средний слой, но и четверть определяет себя как низший слой.

Четвертая группа – «отличники» (12,4%).

Представители этой группы хорошо обеспечены, им хватает денег не только для удовлетворения своих нужд, но они могут позволить себе покупать многое из того, что они хотят. Отсутствие финансовых проблем позволяет им чувствовать себя уверенно. Они умеют считать деньги, умеют их зарабатывать, любят их тратить и не считают нужным экономить. Их поведение отклоняется от социальной нормы, но это прогрессивное отклонение. Они готовы рисковать, но за их риском стоят финансовые знания, навыки и положительный опыт. Этим людям можно охарактеризовать как финансового грамотных. «Отличники» сумели не только приспособиться к внешним условиям, и активно взаимодействуют с ней, создавая «свои» правила игры.

В этой группе также доминируют молодые холостые или разведенные мужчины (72,7% против 27,3% женщин), имеющие среднее специальное образование и/или получающие высшее образование, около половины из них рабочие и четвертая часть занимает руководящие должности. Большинство из них относят себя к среднему слою, доля людей, отнесших себя к низшему слою, по сравнению с остальными группами минимальна и составляет 22,7%.

Результаты исследования подтвердили взаимосвязь наличия тех или иных социальных установок в отношении денег и уровня финансовой грамотности человека. На наш взгляд, полученные результаты можно использовать при разработке программ финансовой грамотности населения. Необходимо дальнейшее изучение и выявление финансовых установок, которые способствуют повышению общего уровня финансовой грамотности населения.

Литература

- 1 Кузина, О. Е. Финансовая грамотность молодежи / О. Е. Кузина// Мониторинг общественного мнения. – № 4(92). – С. 157–177.
- 2 Применение тестов в социологии / Под ред. Г. Г. Воробьева, В. П. Павлова. – М.: Изд-во МГУ, 2001. – 298 с.

Г.Р. Имаева

ПОДХОДЫ К ИССЛЕДОВАНИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОГО КЛИМАТА В РОССИИ

ИМАЕВА Гузелия Ринатовна – аспирантка Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС). E-mail: imaevagr@bk.ru

Предпринимательский климат играет важную роль в процессе ускорения темпов экономического роста и традиционно рассматривается как комплексная характеристика предпринимательской деятельности, которая включает в себя экономические, политические, финансовые и другие условия, влияющие на приток внутренних и внешних инвестиций в экономику страны. Благоприятный климат характеризуется политической устойчивостью, наличием законодательной базы, умеренными налогами, отсутствием коррупции и административных барьеров [1].

В рамках доклада Всемирного банка «О мировом развитии» предпринимательский климат трактуется шире – не только в интересах предпринимателей, но и общества в целом. Так, в соответствии с текстом доклада, для развивающихся стран благоприятный предпринимательский климат рассматривается как главное условие создания рабочих мест и обеспечения перспектив для молодежи, сокращению масштабов бедности, а, значит, и созданию более справедливого, гармоничного и свободного от конфликтов мира [2].

С учетом важности состояния предпринимательского климата для экономического роста страны, так и для каждого отдельного гражданина, исследования в этой области носят все более значимый характер, становясь неотъемлемой информационной базой для формирования и совершенствования государственной политики в сфере развития и поддержки предпринимательства.

Чаще в центре внимания – малое и среднее предпринимательство, как одна из движущих сил развития конкуренции, создания рабочих мест и повышения темпов экономического роста. Что особенно актуально в развивающихся странах [3]

Анализ результатов российских и международных исследований предпринимательского климата в России («Индекс Опоры», Doing Business, BEEPS, GEM и др.), показывает, что условия для предпринимательской деятельности в нашей стране остаются неблагоприятными и компании испытывают серьезные трудности в результате высокого уровня коррупции и административных барьеров, нехватки квалифицированных кадров, ограниченности доступа к финансам и несовершенства нормативно-правовой базы.

Несмотря на, казалось бы, разные используемые инструменты оценки, все представленные исследования объединяет генеральная цель – оценка качества условий для предпринимательской деятельности в стране. Но решается она с использованием различных источников и методами сбора информации, которые можно классифицировать следующим образом:

- 1 Кабинетные исследования (обработка и анализ существующей информации):
 - Использование официальных статистических данных (Росстат, Министерство экономики, Министерство труда и др.), результатов исследований, проведенных ранее.
- 2 Полевые исследования (получение первичной информации об объекте исследования):
 - Экспертные интервью;
 - Количественные опросы населения и представителей бизнеса.
- 3 Комбинированные методы (с использованием как первичных, так и вторичных данных):
 - Экспертные оценки совместно с анализом законодательных и нормативных актов, с целью оценки количественных показателей регулирования (количество процедур, их стоимость и сроки и др.), применяемых в отношении компаний на разных этапах их жизнедеятельности.

Многообразие исследовательских подходов к оценке предпринимательского климата еще раз подтверждает важность и актуальность этой темы для нашей страны, как на национальном, так и международном уровнях. С одной стороны, результаты подобных исследований являются серьезной информационной базой для определения приоритетных направлений внутренней государственной политики в области экономического развития страны в целом, отдельных регионов и отраслей. С другой, служат основой для всесторонней оценки инвестиционных рисков для международных инвесторов и институтов развития.

Литература

- 1 Карташова Е.И. Пути улучшения инвестиционного (предпринимательского) климата в России для субъектов малого и среднего бизнеса на 2011–2012 гг., Вестник Академии предпринимательства при Правительстве Москвы, Научный журнал, № 4, 2011 г., стр. 38.
- 2 Доклад о мировом развитии 2005: Улучшение инвестиционного климата в интересах всех слоев населения, Международный банк реконструкции и развития/Всемирный банк, стр. vii.
- 3 Ведение бизнеса-2013: доклад / Междунар. банк реконструкции и развития/Всемир. банк. 10-е изд. 2013.

Е.А. Киселев
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ И ДОСУГОВОЕ ПОВЕДЕНИЕ В СТРУКТУРЕ СТИЛЕЙ ЖИЗНИ
СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ

КИСЕЛЕВ Евгений Анатольевич – кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры «Социология и управление персоналом» Пензенского государственного университета, г. Пенза. E-mail: kis2008.88@gmail.com

Современное общество предоставляет свободу реализации потребительского выбора, на основании которого происходит конструирование жизненного стиля индивидов. Стоит отметить, что в социуме происходит трансформация процесса потребления, которая наиболее заметно проявляется в индивидуализации и возрастании роли его символической составляющей. Исходя из этого можно говорить о возможности самоидентификации индивидов через потребление, которое становится значимым критерием дифференциации стилей жизни.

Очевидно, что в последние годы произошли существенные изменения в предметном поле потребления. В данном случае уместно согласиться с мнением российского социолога В. И. Ильина, согласно которому, большое влияние на становление консюмеризма, характерного для современной цивилизации, оказал постмодернизм со свойственным ему пониманием потребления не как инструментальной, утилитарной деятельности, а как процесса производства символов [1].

Одним из первых ученых, заговорившем о состоянии постмодерна, характеризующем состояние науки, культуры и общества с середины прошлого века, был французский ученый Жан Франсуа Лиотар [2]. Отличительной особенностью постмодернистского общества является тот факт, что социальная стратификация и структура как таковая становится «более фрагментированной и сложной», теряется так называемая классовость [3, с. 308]. Таким образом, общество в эпоху постмодерна представляет собой диффузию отличающихся друг от друга стилей жизни, где процесс формирования собственной идентичности индивидов в социальном пространстве осуществляется прежде всего с помощью потребления.

С целью выявления основных черт стиля жизни предпринимателей, связанных с потребительским поведением и досугом, весной 2012г. нами было проведено социологическое исследование (n=390) среди представителей данной профессии в г. Пензе и Пензенской области. Результаты исследования показали, что структура предпринимательского слоя отличается своей неоднородностью как по социально-демографическим характеристикам, так и по уровню материальной обеспеченности. На основе полученных данных, касающихся основных поведенческих характеристик предпринимателей в пространствах потребления и досуга, нами было осуществлено выявление дифференциальных стилей жизни представителей бизнеса:

- 1 «Базовый». Приобретение дорогих вещей и практичных товаров, необходимых в быту. В товаре ценят высокое качество. Досуговая жизнедеятельность пассивна, связана с бытовыми делами, общением в семье;
- 2 «Гедонистический». Досуговая активность направлена на сиюминутные удовольствия. Предпочитают демонстрировать свою состоятельность в покупках престижных вещей;
- 3 «Культурный». Посещают музеи, театры, филармонии, картинные галереи. Наибольшее удовольствие для этой группы доставляет приобретение предметов искусства, редких и уникальных вещей;
- 4 «Выживающий». Структура досуга отличается ограниченностью внедомашних практик. В потреблении главным приоритетом выступает практичность и низкая стоимость товара.

Было установлено, что основная масса опрошенных предпринимателей (70%) схожа по своим поведенческим практикам в исследуемых полях стиля жизни. Данная группа индивидов является ядром предпринимательского слоя, идентификация с которым происходит через реализацию поведенческих практик, свойственных данному типу. В соответствии с авторской классификацией данная группа образует базовый стиль жизни.

Стоит отметить, что в последние годы наблюдается заметная динамика в сторону обогащения и расширения возможностей для полноценного отдыха и рекреации. Досуг активно обогащается, совершенствуется, появляется много новых способов его разнообразить. Активный досуг, свойственный гедонистическому стилю жизни предпринимателей, проявляется только при условии расширения спектра досуговых предпочтений за счет внедомашних видов деятельности. При этом если речь идет о гедонистическом стиле, то эти практики имеют направленность на получение удовольствия (посещения ресторанов, баров, кафе). В свою очередь культурный стиль жизни предполагает духовный отдых (театр, филармония). Отличие гедонистического и культурного стилей жизни предпринимателей также проявляется и в характере потребления. Если гедонистический стиль характеризует выраженный стандарт демонстрационного потребления, то для культурного стиля более свойственно приобретение эксклюзивных вещей, произведений искусства, антиквариата.

Несмотря на то, что гедонистический и культурный стили жизни предпринимателей во многом обусловлены уровнем доходов и возрастом их обладателей, можно с уверенностью утверждать, что значимым фактором при дифференциации стилей жизни предпринимателей в поле потребления также выступает образование. Как показывают данные нашего исследования, уровень образования представителей культурного стиля жизни несколько выше, чем гедонистического.

Выживающий стиль жизни предпринимателей наиболее заметно проявляется в ограниченности внедомашних досуговых практик. Очевидно, что наиболее популярные, не требующие никаких дополнительных затрат домашние формы проведения свободного времени (хозяйственные заботы, чтение, телевизор) при отсутствии любой социальной активности вне дома являются самым пассивным типом досуговой активности в предпринимательской среде.

Таким образом, каждой из выявленных групп предпринимателей соответствует свой стиль жизни, обусловленный позициями индивидов в поле потребительского поведения и досуга.

Литература

- 1 Ильин В. И. Общество потребления в России: миф или реальность // Фонд научных исследований «Прагматика культуры»: [сайт]. – М., 2004. – URL: <http://artpragmatica.ru/hse/?uid=459>
- 2 Лиотар, Ж. Ф. Состояние постмодерна / Ж. Ф. Лиотар. – СПб.: Алетейя, 1998.
- 3 Рощина, Я. М. Социология потребления / Я. М. Рощина. – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2007.

М. Е. Маркин

ВЫСОКАЯ СТАВКА ТОРГОВОЙ УСТУПКИ КАК ПРЕПЯТСТВИЕ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БЕЗНАЛИЧНЫХ ПЛАТЕЖЕЙ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

МАРКИН Максим Евгеньевич – преподаватель кафедры экономической социологии, младший научный сотрудник лаборатории экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: mmarkin@hse.ru

На перспективы развития безналичных платежей в современной России ключевое влияние оказывают как минимум три стороны, вовлеченные в данный процесс – банки, торговые компании и население. В своем исследовании А. Гусева достаточно подробно проанализировала проблемы, с которыми сталкивается банковский сектор, а также пути их возможного решения [Гусева, 2012]. В работах О. Е. Кузиной и Н. В. Халиной обсуждаемый вопрос рассматривается с точки зрения

населения, его отношения к безналичным платежам и общего уровня финансовой грамотности в стране [Кузина, 2012; Халина, 2012].

Настоящее исследование¹ ставит своей целью выявление роли величины ставки торговой уступки² в развитии безналичных платежей в современной России, т.е. заход делается со стороны торговых компаний.

Источники эмпирических данных

Сбор эмпирических данных производился в июле-августе 2012 г. на основе стандартизованного опроса сотрудников торговых компаний, отвечающих за финансовые вопросы. В ряде случаев, помимо заполнения стандартизованной анкеты, с представителем торговой компании проводилось дополнительное интервью с целью получения более подробных объяснений и комментариев по основным вопросам исследования.

Всего было опрошено 42 сотрудника торговых компаний, из которых половина представляют Москву (как правило, их компании являются федеральными торговыми сетями) и половина – регионы России. По своему размеру отнесены к малым 16 компаний, к средним – 8 компаний, к крупным – 18 компаний.

Торговые компании работают в следующих товарных секторах: продукты питания (15 компаний); бытовая техника и электроника (15 компаний); товары для дома (15 компаний); одежда, спортивные товары (6 компаний); другие категории (11 компаний)³.

Среди торговых компаний 6 Интернет-магазинов (в основном это средние по размеру компании), остальные компании имеют офлайновые торговые объекты, из них 10 компаний принимают безналичные платежи через Интернет, т.е. работают одновременно в офлайне и в онлайн.

Дополнительно было записано 13 интервью с финансистами некоторых торговых компаний.

Величина торговой уступки

Все торговые компании, представители которых были опрошены в рамках настоящего исследования, работают с ведущими международными платежными системами – Visa и MasterCard. Эти системы предлагают в среднем сопоставимые ставки торговой уступки (1,86 и 1,89% соответственно, см. табл. 1). Примерно в 1,5 раза больше оказывается средняя величина торговой уступки (2,79%), предлагаемая третьим глобальным оператором платежных систем – American Express.

Более чем для 80% торговых компаний по картам Visa и MasterCard ставка торговой уступки находится в диапазоне от 1,3 до 2,5% (средний уровень близок к 1,9%). В отдельных случаях эта ставка доходит до 3,2%. Прием к оплате карт American Express обходится дороже – ставка доходит до 4%.

По сравнению с международными платежными системами относительно невысокую среднюю ставку торговой уступки (1,29%) предлагал проект Сбербанка России «Сберкарт». В целом ставки по Сберкарт укладывались в пределах 2,0%. Однако достаточно низкая распространенность банковских карт платежной системы Сберкарт среди российского населения, а также переход к внедрению единой платежно-сервисной системы «Универсальная электронная карта» (с ликвидацией проекта «Сберкарт») обуславливал относительно слабую ориентацию торговых компаний на работу со Сберкарт.

¹ Текст подготовлен на основе результатов исследования «Идержки торговых компаний по поддержанию систем наличных и безналичных платежей», реализованного в 2012 г. исследовательским коллективом лаборатории экономико-социологических исследований Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» в составе: В.В. Радаев (руководитель), З.В. Котельникова, М.Е. Маркин, Е.А. Назарбаева, Н.В. Прокопова [Радаев и др., 2012]. Исследование выполнено по заказу Ассоциации компаний розничной торговли (АКОРТ).

² Торговая уступка – это комиссия, выплачиваемая торговой компанией эквайеру (банку или процессинговой компании) за расчеты по операциям с использованием банковской карты при реализации товара или услуги.

³ Некоторые компании работают одновременно в нескольких секторах.

Стандартные банковские карты других платежных систем (JCB, Золотая корона, Diners Club, NCC) мало распространены среди торговых компаний в России. В отдельных случаях по JCB величина торговой уступки составляет от 1,40 до 1,75%, по Золотой короне – от 1,50 до 1,70%, по Diners Club – от 1,50 до 3,00%, по NCC – от 1,30 до 3,20%.

Таблица 1 Размер торговой уступки по стандартной банковской карте в разных платежных системах (% к стоимости продаж)⁴

Платежная система	Средняя величина	Минимальная величина	Максимальная величина
Visa	1,86	1,00	3,20
MasterCard	1,89	1,00	3,20
American Express	2,79	1,50	4,00
Сберкарт (до 2012 г.)	1,29	0,50	2,00

Ставки торговой уступки в рамках одной компании универсальные и не различаются в зависимости от видов карт (кредитные, дебетовые и др.)⁵, от товарных категорий⁶ и регионов. С эквайером, как правило, устанавливается единое соглашение, распространяющееся на все территории, где работает данная компания. Сами же торговые сети дифференцировать платежи по товарным категориям или видам карт тем более не планируют. Им удобнее проводить единую политику. Региональные различия появляются в том случае, если в разных регионах магазины торговой сети обслуживают разные эквайеры. В такой ситуации ставки торговой уступки могут отличаться, но это обуславливается не региональной спецификой, а различными условиями эквайеров⁷. Также сохраняются различия между разными торговыми компаниями, поскольку политика установления стоимости обслуживания безналичных платежей индивидуализирована.

Средняя величина торговой уступки по стандартной банковской карте в платежных системах Visa и MasterCard значительно различается в зависимости от размера торговой компании (см. табл. 2). Крупные торговые сети, как правило, имеют лучшие условия. Так, средняя величина торговой уступки в платежной системе Visa для крупной торговой компании составляет 1,51%, а для средней или малой – 2,09% (в платежной системе MasterCard – 1,52 и 2,15% соответственно).

Средняя величина торговой уступки в платежной системе Visa для федеральной / московской торговой сети составляет 1,66%, а для региональной торговой компании – 2,02% (в платежной системе MasterCard – 1,67% и 2,08% соответственно). Данные различия можно объяснить, во-первых, выгодностью работы с крупными федеральными торговыми сетями, обеспечивающими более высокие обороты, а во-вторых, их большими переговорными возможностями по сравнению со средними и малыми региональными торговыми компаниями.

⁴ Задающие общий диапазон минимальные и максимальные значения встречаются редко, в каждом случае их указывают представители одной-двух компаний.

⁵ «В целом торговая уступка по типам не различается ни по кредитным, ни по виду карт.<...> У нас общая торговая уступка за все карты, за все их виды» (представитель крупной продовольственной торговой сети).

⁶ «Никаких товаров нет, за которые можно расплатиться только по карте, никаких – только за кэш. Все можно купить и за деньги, и за карты по любой цене. Нет ограничений ни сверху, ни снизу. Полная платежная демократия» (представитель крупной торговой сети бытовой техники и электроники).

⁷ «У нас в одном регионе один эквайер, а в другом – другой, поэтому сложно сказать, как бы они установили торговую уступку по регионам, но, как правило, по моей практике, эквайеры не устанавливают различные уступки в зависимости от региона» (представитель крупной продовольственной торговой сети).

Таблица 2 Средний размер торговой уступки по стандартной банковской карте в разных платежных системах в зависимости от размера и типа торговой компании (% к стоимости продаж)

Платежная система	Размер торговой компании		Тип торговой компании	
	крупная	средняя/малая	федеральная	региональная
Visa	1,51	2,09	1,66	2,02
MasterCard	1,52	2,15	1,67	2,08

Итак, на среднем уровне ставки торговой уступки не столь велики, как их часто представляют в аналитической прессе. Но они значительны и действительно превышают средний уровень подобных ставок, например, в странах Европейского союза, приближаясь, скорее к их максимальному уровню даже по кредитным картам, а с уровнем торговой уступки со странами ЕС по дебетовым картам различаясь еще более значительно.

Литература

- 1 Гусева А. Карты в руки. Зарождение рынка банковских карт в постсоветской России. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012.
- 2 Кузина О. Е. Финансовая грамотность россиян (динамика и перспективы) // Деньги и кредит. 2012. № 1. С. 68-72.
- 3 Радаев В. В., Котельникова З. В., Маркин М. Е., Назарбаева Е. А., Прокопова Н. В. Издержки торговых компаний по поддержанию систем наличных и безналичных платежей. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012.
- 4 Халина Н. В. Электронные деньги в современной России: отношение и стратегии пользования // XII Международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества / отв. ред. Е. Г. Ясин. В 4 кн. Кн. 3. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. С. 420-430.

ЭКСПЕДИЦИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО И КУЛЬТУРНО-АНТРОПОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

О.Б. Божков, С.Н. Игнатова
ГЕНЕАЛОГИЯ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ НУЛЕВЫХ ГОДОВ XX в.
(ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЕДИЦИИ)

БОЖКОВ Олег Борисович – Старший научный сотрудник, Социологический институт РАН, E-mail: olegbozh@gmail.com

ИГНАТОВА Светлана Николаевна, Социологический институт РАН. E-mail: s-ignatova@yandex.ru

Социологическая экспедиция как метод исследования территориальных и социальных лакун. При этом поле обследования специфично: оно охватывает те территории, которые обычно не попадают в зону внимания социологов (малые и труднодоступные населенные пункты)¹.

Понимание серьезных пробелов при территориальном подходе к исследованиям социально-экономического положения населения, методической основы их искаженности, связанной с некорректным учетом социальной специфики поселений разного типа, возникло у нас давно, в ходе реализации многочисленных исследовательских проектов. Выборки массовых опросов, в том числе крупных исследовательских центров, так или иначе, перекошены в сторону представительства городов-центров и крупных сельских населенных пунктов. Свидетельства этого мы нашли, в частности, на сайте ВЦИОМ, где в выборку не включаются труднодоступные или малозаселенные места, опрос в которых может быть признан нецелесообразным (и/или небезопасным) и на сайте Центра Левады (у последнего выборка, по-видимому, одна из наиболее корректных), где в выборку не включены «лица, проживающие в малых деревнях и селах, насчитывающих менее 50 жителей». Всем приходится учитывать требование экономичности выборки, трудно сочетаемое с включением в нее далеких мест, куда социологам в ходе массовых опросов добираться и хлопотно, и дорого. Таким образом, знаменитая «российская глубинка» выпадает во многих опросах из исследовательского поля, что особенно искажает оценки социальных процессов, происходящих в российском обществе.

Решение возникшей проблемы возможно с использованием иных методологических принципов организации исследования. Например, более объективную картину социально-культурных и экономических изменений на периферии можно получить в результате целевых исследований, которые предполагают проведение опросов (с использованием качественной или количественной методологии) и наблюдений именно в малых населенных пунктах: поселках городского типа, селах, деревнях. Такой зондированный подход довольно часто встречается в российских исследованиях в последнее время, так как позволяет получить более объемную информацию по основным проблемным точкам социологических исследований. И решаться он может с помощью четко продуманной в методическом и методологическом плане, хорошо организованной социологической экспедиции.

Экспедиция, в отличие от массовых опросов, требует особых условий организации и каждая экспедиция – это уникальный (единичный) случай. Нет двух совершенно одинаковых экспедиций.

Новизна нашего подхода в начале двухтысячных состояла в использовании генеалогических деревьев в качестве емких источников информации, отражающих историю и «механизм» социально-культурных изменений, в первую очередь процессов социальной трансмиссии и воспроизводства социальных характеристик в семье. В силу недостаточной разработанности методологических и методических проблем анализа генеалогических структур для реализации этой задачи необходим был

¹ В данном тексте мы опираемся на опыт экспедиций, проведенных в рамках проектов, поддержанных российскими научными фондами.

ряд предварительных шагов. С этой целью мы стремились: во-первых, выработать принципы концептуально осмысленного социологического описания и типологизации таких структур; во-вторых, разработать концепцию компьютерной технологии автоматической визуализации (построения компьютерного представления) генеалогических деревьев.

В мировой социологической практике генеалогические данные индивидуализированы, т.е. каждое генеалогическое дерево отображает семейно-родственные связи определенного лица. Существуют развитые каталоги генеалогий, электронные базы данных, включающие огромные количества имен, а также и компьютерные программы, поддерживающие формирование генеалогических деревьев и дающие возможность синхронизировать представления генеалогических данных с единой шкалой исторического времени. В анализе биографических и генеалогических данных зарубежные (как, впрочем, и отечественные) социологи постоянно апеллируют к историческим событиям, но делается это, на наш взгляд, весьма произвольно и не систематически. Более того, ни методологически, ни теоретически не проработаны подходы к сопоставлению, анализу и интерпретации личных, семейных жизненных событий (ситуаций) и общезначимых исторических событий.

Наконец, известные нам тогда компьютерные программы не предусматривали возможности сколько-нибудь серьезного и детального социологического анализа ни отдельных генеалогических структур, ни, тем более, массивов (совокупностей) генеалогий. И, последнее, в зарубежной научной литературе по данной тематике мы не нашли никаких попыток построения типологии родословных (генеалогических) деревьев. Нам же эта задача представлялась более чем актуальной, особенно в связи с задачей их социологического анализа. Во всех названных выше аспектах наш проект, безусловно, являлся пионерским. Мы нашли этому подтверждение на конференции, проходившей в Канаде в июле 2000 под эгидой международной социологической ассоциации в рамках рабочего комитета «Биографии и общество».

Относительно самостоятельная задача – организация компьютерного архива генеалогических структур и разработка соответствующего инструментария (аппарата) для анализа объектов такого типа. К концу 1998 г. мы имели работающий вариант компьютерной технологии визуализации генеалогических деревьев. Кроме того, были разработаны общие принципы и машинные алгоритмы их социологического описания и типологизации. Оба типа результатов нашли отражение в соответствующих публикациях². К началу 2000-го года у нас был собран обширный материал городских генеалогий и биографий, однако жители села были исключены из исследовательского поля. Решить сложившуюся проблему могла только долговременная экспедиция в российскую глубинку, с целью сбора недостающего материала. Одна из задач первой экспедиции этого исследовательского цикла помимо сбора актуальной информации состояла в отладке компьютерной программы «Генеалогист». Она была и путеводителем, и способом организации собираемого материала, и моментом, к которому информанты проявляли определенное любопытство, так как видели работу программы, видели результат этой работы на каждом этапе интервью.

Решение простой исследовательской проблемы растянулось на 8 экспедиционных этапов изучения сельской глубинки Северо-Запада России.

Социологическая экспедиция пока – удел энтузиастов.

² См. Божков О.Б., Биографии и генеалогии: ретроспективы социально-культурных трансформаций. //Социологический журнал, М., 2001, № 1, с.74-87; О.Б. Божков, Генеалогии и биографические данные: уроки генеалогических экспедиций. //Чтения памяти Вениамина Иофе. Право на имя: биографии XX века. Биографический метод в социальных и исторических науках. Санкт-Петербург, 18-19 апреля 2003 г., СПб, 2004, с. 40-52; Божков О.Б., Козлов Г.А., Сивашинский С.В., Алгебраический метод сравнения генеалогических схем. //Социология 4М, М., 2002, № 15, с. 158-178.

Экспедиция была и остается важнейшим методом сбора социологической информации. В том числе это интересный, живой, актуальный способ социализации студентов социологических специальностей в мире выбранной ими профессии. Однако наш опыт и опыт изучения подобной практики других исследователей, финансовые и инфраструктурные сложности, с которыми мы столкнулись в ходе восьмилетнего экспедиционного процесса, позволяет сделать вывод о том, что социологическая экспедиция это скорее удел энтузиастов в сложившихся условиях организации научного пространства. Тем не менее, для получения серьезных, обоснованных результатов этот вид социологического исследования должен быть включен в систематическую работу. Думается, возможны и необходимы экспедиционные лонгитюды и панели.

Е.Н. Васильева, Н.Г. Левковская

ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ CASE-МЕТОДА И ЭКСПЕДИЦИЙ В СОЦИАЛЬНОЙ РАБОТЕ

ВАСИЛЬЕВА Екатерина Николаевна – кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социальной работы и педагогики Волгоградского государственного университета. E-mail: vasilvaen@yandex.ru

ЛЕВКОВСКАЯ Наталья Гачайевна – кандидат педагогических наук, доцент кафедры социальной работы и педагогики Волгоградского государственного университета. E-mail: srm@volsu.ru

Российское социологическое сообщество недостаточно часто исследует поле применения социологических методов в области социальной работы. Упуская из внимания, например, тот факт, что экспедиции являются традиционным методом исследования в социальной работе. Широкое применение метод получил в связи с практикой обследования условий проживания семей в трудной жизненной ситуации, инвалидов, детей, находящихся под опекой. График экспедиций вывешен на сайте Министерства труда и социальной защиты РФ, во многих бюро медико-социальной экспертизы и центрах социальной помощи семье и детям. Широкое применение экспедиции получили в деятельности социально-ориентированных некоммерческих организаций, где волонтеры хорошо финансируемых организаций (из Москвы и Санкт-Петербурга) отправляются в регионы для исследования конкретной ситуации. Экспедиции явились, в том числе, результатом оптимизации финансирования социальной сферы (т.е. укрупнения социальных объектов за счет уменьшения их количества), так ГУ РК «Центр социальной помощи семье и детям г. Сыктывкара» традиционно с 2006 г. организует и проводит социальные экспедиции в отдаленные поселки и районы города Сыктывкара (четырнадцать поселений), жители которых лишены стационарного квалифицированного обслуживания [1].

Конечно, рядовые сотрудники не ставят перед собой исследовательских задач, их цель – конкретная помощь. Однако помощь не всегда эффективна, так как социальная сфера переживает методологический кризис. Инструментарий, использующийся в экспедициях, разработан еще в советское время. Технологии американских и европейских социологов и антропологов, ведущих активную социальную работу за пределами своих государств, среднестатистическому социальному работнику недоступны. Именно экспедиции положили начало развитию кейс-метода. Впервые исследования Кейсов использовались в 1900 году в антропологии. Развитие метод получил в процессе систематических путешествий исследователей, целью которых было изучение других культур. Первым методом сбора данных в полевых исследованиях было включенное наблюдение. Методологическое описание метода для использования в социальных науках представили социологи Чикагской школы. Однако качественные методы не сразу получили широкое распространение. После Второй мировой войны доминировала методология позитивизма, опирающаяся на количественные методы исследования (статистические методы, опросы общественного мнения, эксперименты и

квазиэксперименты). Все теоретические и методологические разработки легли в основу case-технологий, вошли в повседневную практику социальной работы за рубежом.

В России наблюдается дефицит методологических и методических работ по социологическим экспедициям и кейс методу. В ведущих и региональных социологических журналах публикаций на данные темы недостаточно. Б. Фливерберг [2], показывает возможности метода, П.В. Романов отражает методологическую матрицу исследования самих учреждений, а не групп клиентов [3], Т.Г. Бахматова говорит в целом об исследовательском потенциале социологических методов в социальной работе [4] и т.д.

Таким образом, проблемная ситуация, в которой оказался клиент, является объектом исследования социального работника, должна быть исследована актуальными методами, а в реальной социальной практике специалист часто оказывается в жестких рамках бюрократических процедур и устаревшего инструментария, за которыми личность и проблемы обратившегося гражданина не прочитываются. Итогом такой работы может стать не просто неудовлетворенный клиент, а усугубление трудной жизненной ситуации. В тоже время излишняя вовлеченность социального работника в личную жизнь клиента ведет к быстрому профессиональному выгоранию и никак не способствует улучшению работы социальных служб. Именно поэтому для оптимизации работы экспедиций целесообразно профессионально овладеть CASE-технологиями и социологическими методами исследования проблемной ситуации, в которой клиент оказался.

Первая задача социального работника – квалифицировать поступившее обращение. Для этого ситуация должна быть исследована в своем естественном контексте оптимальными методами. Так как социальный работник имеет дело с конкретным «CASE», оптимальным решением будет использовать качественные эмпирические методы исследования. Если случай исследован разными методами (использована триангуляция), то у социального работника появляется база для взвешенного решения.

Результаты качественных исследований далее соотносятся со статистическими данными, нормативными документами, вполне возможно проблемная ситуация включает в себя несколько проблем, решение каждой из которых типизировано и поэтапное решение приведет к постепенному выправлению ситуации, но с разными временными перспективами. В итоге, прослеживается корреляция качественного исследования, с количественными данными, послужившими основой для типизирования проблемных ситуаций и исследователь имеет возможность манипулировать, выбирая для клиента тот или иной путь выхода из сложившейся ситуации.

Для того чтобы структурировать исследовательский поиск необходимо поставить вопросы, на которые необходимо ответить во время работы с клиентом. Например:

- Почему клиент обратился за помощью в данное учреждение?
 - Какими документами или свидетельствами подтверждается наличие проблемной ситуации?
 - Как можно охарактеризовать сложившуюся проблемную ситуацию?
- и т.д.

Ответы на данные вопросы позволят выбрать необходимые методы исследования, как правило, методы сбора данных триангулируются, в дополнение к этому, также могут быть триангулированы источники данных.

Благодаря данному подходу исследователь фокусируется на понимании случая, проблемной ситуации, в которой оказался клиент. Внутреннее изучение случая имеет целенаправленный характер. Выводы, сделанные из случая, не являются статистическими, они аналитические, основаны на рассуждениях (дедуктивных, индуктивных или абдуктивных). Когда обобщение основано на дедукции, процедура аналогична эксперименту: сформулирована гипотеза, которая далее проверяется. Путем сравнения ожидаемых результатов, можно проверить или фальсифицировать теорию, можно определить область, в которой теория справедлива. Индукция осуществляется с помощью концептуализации, которая базируется на теории обычно состоящей из связанных понятий. По

обоснованной теории делаются обобщения. Третий тип обобщения – абдукция – это поиск правдоподобных объяснительных гипотез, соотнесение фактов с гипотезами. В реальной практике стратегии часто переплетаются, и социальный работник вынужден действовать по ситуации.

CASE-технологии в социальной работе только начинают развиваться и плохо финансируются (в основном ими занимаются НКО), а начало берут в общей направленности социальной политики РФ на гуманистические ценности. Таким образом, социальная работа как элемент государственной социальной политики, транслирует в социум новые категории понимания взаимодействия, основанного на этических принципах и, следовательно, играет важную роль в гуманизации общественных отношений и совершенствовании качества жизни в целом. Объектами профессиональной деятельности социальных работников становятся отдельные лица, группы населения и общности, нуждающиеся в социальной поддержке, помощи, защите и социальном обслуживании. При организации работы с данными группами клиентов социальных служб необходимо ориентироваться на конкретные проблемы, выявить которые возможно, если внимательно, профессионально исследовать конкретную ситуацию, в которой оказался клиент. Такой подход обеспечивает высокую эффективность технологий социальной защиты, социального обслуживания и социальной поддержки населения; помогает в поиске оптимального способа оказания социальной помощи и услуг отдельным лицам и социальным группам.

Литература

- 1 Сайт ГУ РК «Центр социальной помощи семье и детям г. Сыктывкара». Режим доступа: <http://social.dsl-komi.ru/2010-01-10-17-45-31/124-2011-01-31-08-34-04/136-2011-01-31-09-24-58> (Дата обращения: 16.11.2013).
- 2 Фливберг Б. Рациональность и власть: еще раз о кейс-стади // Социологические исследования. 2007 №1. С. 62-70.
- 3 Романов П.В. Стратегия кейс-стади в исследовании социальных служб // Социологические исследования. 2005. № 4. С. 101-109.
- 4 Бахматова Т.Г. Исследовательский потенциал количественного и качественного подходов в социальной работе // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права) (электронный журнал). 2010. № 5. С. 28-35.

ГОСУДАРСТВЕННАЯ СЛУЖБА: ПРОБЛЕМЫ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ И КАЧЕСТВА УСЛУГ

Д.К. Абакаров

ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРОВЕДЕНИЯ АНКЕТНЫХ ОПРОСОВ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ

АБАКАРОВ Дмитрий Казбекович – кандидат социологических наук, заместитель заведующего кафедрой менеджмента, государственного и муниципального управления Брянского филиала РАНХиГС. E-mail: dimaasp@mail.ru

В данной статье изложен ряд соображений по поводу организации и проведения анкетных опросов государственных гражданских служащих (далее – ГГС). Представленные в виде конкретных практических советов, они написаны по итогам осмысления личного опыта автора, который занимался планированием, практическим проведением и обработкой результатов нескольких эмпирических исследований, проведенных в Брянской области в 2012–2013 гг.

Мы исходим из того, что исследователь: 1) ставит своей задачей провести анкетный опрос ГГС в одном субъекте федерации; 2) работает в региональном учебном или научном учреждении; 3) не является руководителем исследовательской группы или лаборатории; 4) не выполняет исследования за счет грантовых или иных привлеченных средств; 5) ограничен в финансовых ресурсах; 6) все этапы полевого исследования выполняет самостоятельно; 7) лично ведет переговоры с руководителями органов государственной власти по проведению исследования.

Предлагается следующий алгоритм действий.

Устанавливаем объем генеральной совокупности (количество ГГС) в разрезе их принадлежности: 1) федеральному или региональному уровню власти; 2) законодательной, исполнительной или судебной ветви власти; 3) категориям должностей; 4) группам должностей.

Размер выборки устанавливаем, следуя классическому справочнику В.А. Ядова. Итоговую цифру рекомендуем увеличить на 10–15%.

Составляем список органов государственной власти (отдельно – территориальных органов федеральных органов власти и органов власти субъектов федерации). Советуем охватить возможно большее количество госорганов.

Принципиальный вопрос – кто принимает решение о возможности проведения анкетирования ГГС в данном органе. Почти всегда это – первый руководитель организации, реже – заместитель. Практика показала, что в большинстве случаев руководители с пониманием относятся к просьбам исследователей.

Визит в госорган следует наносить лично, договариваться по телефону – занятие рискованное. Если все же приходится прибегать к помощи телефона, то следует начинать не со звонка помощнику руководителя с просьбой назначить время и час визита, а с разговора с начальником кадровой службы – как правило, они в своей практике уже сталкивались с подобными вопросами и при удачном раскладе могут сами предложить переговорить с руководителем по поводу возможности запустить анкетирование.

Тут же следует уточнить штатную численность ГГС. Если она не превышает 60–70 человек, и данный госорган не имеет территориальных подразделений в муниципальных районах, то на вопрос о потребном количестве респондентов нужно отвечать, что необходимо охватить всех сотрудников, имея в виду следующее: 1) часть сотрудников находятся в командировках, отпусках, на больничном; 2) часть откажется от анкетирования; 3) часть анкет с пропущенными ответами придется отбраковать при вводе в базу данных.

Если штатная численность чиновников велика, или данный госорган имеет удаленные территориальные подразделения, то нужно постараться охватить и их, не ограничиваясь опросом сотрудников центрального аппарата. Как правило, подобные структуры регулярно вызывают своих «территориалов» в областной центр на различные совещания, поэтому анкетирование можно либо приурочить к приезду сотрудников «с мест» в центральный аппарат, либо просить начальника кадровой службы раздать приехавшим анкеты с условием их сбора в следующий приезд.

Социолог может надеяться на успех своей миссии, если он: 1) позиционирует себя в качестве ученого, не связанного с какими-либо политическими или коммерческими организациями; 2) четко, логично, последовательно изложит цели и смысл исследования; 3) заинтересует руководителя в конечных результатах исследования, подчеркнет возможность сравнения результатов анкетирования группы сотрудников данного органа с «общей картиной»; 4) акцентирует внимание на нейтральности и безопасности анкетирования для респондентов и госоргана в целом; 5) подчеркнет, что заполнение анкет не займет много времени и не помешает ГГС исполнять свои должностные обязанности.

При визите в госорган социологу следует иметь образец анкеты, лучше – размноженные в достаточном для раздачи количестве анкеты. Визит к руководителю лучше наносить в сопровождении начальника кадровой службы – в дальнейшем социолог будет работать именно с ним. Подробные объяснения методики и техники исследования лучше также приберечь для начальника кадров. С ним же необходимо тактично побеседовать по поводу распространенной практики любых офисных служащих – заполнения анкет одним сотрудником подразделения «за себя и за того парня». Лучшей тактикой будет постараться объяснить важность исследования и заинтересовать будущих респондентов, а не заниматься морализаторством.

Анкетирование ГГС практически всегда носит раздаточный характер, раздачу и сбор анкет первый руководитель поручает начальнику кадровой службы. Последний либо занимается этим самостоятельно, либо делегирует эту обязанность подчиненному специалисту, с которым социолог и должен взаимодействовать. Исследователь, не имея возможности разъяснить респондентам цели, задачи и смысл исследования, должен максимально четко и доходчиво изложить их закрепленному специалисту – впоследствии именно он будет раздавать анкеты респондентам, инструктировать их по заполнению и к нему сотрудники будут обращаться за разрешением возникающих вопросов. Лучше всего, если позволяет обстановка, «пробежаться» с карандашом по всем пунктам анкеты, выяснить, какие вопросы вызывают недоумение у помогающего специалиста – скорее всего, они возникнут и у многих респондентов.

Преамбула анкеты (обращение к респонденту) должна: 1) обязательно содержать наименование исследовательского центра; 2) четко указывать, как следует отмечать выбранные варианты ответов; 3) подчеркивать анонимность и безопасность анкетирования – для ГГС этот вопрос наиболее болезненный и специфически важный.

Тексты анкет для ГГС не должны содержать: 1) слишком большого количества вопросов – отвлечение сотрудника от рабочего процесса вызывает неодобрение линейных руководителей; 2) только открытых вопросов – почти пустой лист вызывает неприятие или растерянность; 3) только закрытых вопросов – ГГС могут либо воспринять анкету как тест и пытаться угадать «правильные» ответы, либо испытывать раздражение от отсутствия возможности вписать свой вариант; 4) опечаток, помарок, «кривого» оформления: чиновники, привыкшие работать с документами, воспримут неряшливо оформленную анкету как нечто «несерьезное».

Паспортчика анкет для ГГС помимо традиционных половозрастных категорий должна содержать вопросы о: 1) категории должности; 2) группе должности; 3) уровне образования (мы рекомендуем четырехзвенную градацию: среднее профессиональное, высшее профессиональное, два высших, ученая степень); 4) стаже государственной службы.

На заполнение анкет следует давать не более недели, редко – двух недель, иначе часть их теряется в чиновничьих кабинетах среди служебных бумаг. Сбор анкет, как правило, осуществляет тот же специалист, который их раздавал. За 3-4 дня до дедлайна следует вновь связаться с ним, вежливо поинтересоваться ходом анкетирования, напомнить о необходимости «подстегнуть» отстающих.

Приехав за анкетами, социолог должен поблагодарить тех людей, которые ему помогли. Разумеется, делать это нужно в тактичной форме, подчеркнув заинтересованность в дальнейшем сотрудничестве. Если было дано обещание ознакомить руководителя госоргана с результатами анкетирования (как по его коллективу, так и по всей выборочной совокупности) – его, безусловно, нужно выполнять.

Н.М. Байков

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ УСЛУГИ В ПРЕДСТАВЛЕНИЯХ НАСЕЛЕНИЯ: РЕГИОНАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ

БАЙКОВ Николай Михайлович – доктор социологических наук, профессор, зав. научно-исследовательским центром ДВИУ-ф РАНХиГС. E-mail:nmbaikov@rambler.ru

Одна из мировых тенденций в реформировании государственного управления – поиски его новой роли, отражающей современный характер взаимоотношений с гражданами. При этом предпринимаются попытки, как противостоять усилению роли государства в управлении обществом, так и ослабить его влияние. [1]

При сохранении в российском обществе высокого уровня традиционно патерналистских представлений о роли государства, острой и критичной является оценка его институтов, низкий уровень доверия к ним со стороны гражданского общества. В этой связи концептуальной основой преобразования взаимоотношений государства с обществом определена политика превращения государственного аппарата в подконтрольный гражданам механизм по предоставлению им специфического вида услуг [2]. Государство все более выступает как корпорация по оказанию услуг совокупному потребителю. Их основные виды установлены российским законодательством, а ведущая роль в реализации возложена на современные информационно-коммуникативные технологии [3].

Результаты опроса получателей государственных (муниципальных услуг) в двух регионах Дальнего Востока России дают представление о реализации государственными структурами своей новой статусно-ролевой функции.¹ Большинство услуг, за которыми обращались и получили граждане, касаются получения заграничного паспорта (40,2%). Получение или замену паспорта гражданина Российской Федерации отметила четверть опрошенных (24,5%). Услугами регистрации по месту жительства (пребывания) воспользовались один из пяти респондентов (21,6%), прав на недвижимость и сделки с ней (18,3%). Один из десяти респондентов воспользовался услугами при подаче налоговой декларации, получении субсидии (льгот) на оплату жилья и услуг ЖКХ, при регистрации актов гражданского состояния и оформлении (перерасчет пенсии). За другими видами государственных (муниципальных) услуг, обратилось статистически незначительное число респондентов (до 5%).

По мнению большинства опрошенных (97%), результат их обращения за получением государственных (муниципальных) услуг – положительный. Качество предоставления услуги в той или иной мере оценивается их получателями на «хорошо» («очень хорошо» и «скорее хорошо») (79,7%). При этом 17,6% опрошенных выразили свою неудовлетворенность («очень плохо» и «скорее плохо»). Доступность предоставления получаемой услуги оценили на «хорошо» три четверти респондентов, «плохо» – каждый пятый. Большинство получателей услуг (70,3%) удовлетворены количеством обращений в органы власти, которые потребовались для сбора, сдачи, запроса и получения

¹ Социологическое исследование общей удовлетворенности граждан качеством предоставления государственных (муниципальных) услуг органами государственной власти и местного самоуправления, а также представляющими их учреждениями в Хабаровском крае и ЕАО. Опрошено 400 граждан, обратившихся в органы государственного (муниципального) управления за получением услуг в 2012–2013 гг. и на момент опроса получившими по ним конечный результат (положительное решение или отказ). Опрос проведен ДВИУ-ф РАНХиГС по репрезентативной выборке в сентябре 2013 г.

запрашиваемой услуги. Однако четвертую часть получателей услуги (25,8%) не устраивает эта процедура.

Удовлетворенность условиями ведения приема посетителей при получении государственной (муниципальной) услуги в той или иной степени выразили 56%, а неудовлетворенность – 39% опрошенных. Двум из трех респондентов (66%) удалось сдать запрос (документы) на получение услуги с первого раза, а у каждого третьего (33%) – эта попытка не удалась. Основные причины неудачи, по мнению получателей услуги, связаны с предоставлением неполного комплекта документов (22%) и большими очередями (20%). На неправильное заполнение (ошибки) в документах указали 16,8% опрошенных и 8,5% – на то, что у них потребовали дополнительные документы, но официально неустановленные.

В последние два года опрошенные граждане пользовались услугами, предоставляемыми негосударственными учреждениями. Так, наибольшим спросом у граждан пользовались услуги банков по открытию счетов и другим операциям (50%), оформление SIM – карты для мобильных устройств (49%), покупка (возврат) авиа – и железнодорожных билетов (40%), получение полиса ОМС (39%), подключение Интернета и кабельного телевидения (30%), отправка (получение) денежных переводов. По одной десятой части ответов граждан оценена востребованность ими таких услуг как техобслуживание и ремонт автомобилей, аренда жилых помещений и автомобилей, оформление банковских вкладов и депозитов.

Таблица 1 Ранжирование трудностей респондентов при получении государственной (муниципальной) услуги (в% от числа опрошенных)

Ранг	Варианты ответов	РФ*	Хабаровский край, ЕАО
	Большие очереди	44,5	50,8
	Неудобный для граждан режим работы органа власти, предоставляющего услугу	21,0	27,8
	Сложность заполнения официальных форм (бланков)	22,8	27,3
	Большие сроки получения услуги	21,5	25,0
	Отсутствие возможности получить консультацию в месте предоставления услуги	11,6	19,1
	Недостаточная компетентность, грубость сотрудников	18,8	17,3
	Плохие условия ведения приема посетителей	21,8	16,5
	Хождение по многим кабинетам, учреждениям	22,5	16,2
	Дороговизна услуг (пошлин, платежей)	13,8	15,2
	Требование избыточных документов, сведений	23,3	13,9
	Плохая территориальная доступность органа власти	10,0	12,6
	Отсутствие необходимой информации об услуге (формы заявлений, порядок предоставления, действующие налоги и сборы, и др.)	11,3	11,9
	Избирательное отношение к заявителям («одни заявители важнее других»)	12,0	6,2
	Отсутствие возможности получения информации о стадии рассмотрения запроса на предоставление услуги	10,0	5,7
	Ошибки в конечном результате предоставления услуги	7,2	4,4
	Необоснованный отказ в приеме документов, в предоставлении услуги	3,9	2,8
	Другое	6,4	2,3

*Итоги мониторинга государственных и муниципальных услуг. РАНХиГС, 2011, n=4150 чел., обратившихся за получением государственных (муниципальных) услуг в 20 субъектах РФ. Статистическая погрешность 2.5%.

В то же время среди граждан не пользуются спросом такие рыночные услуги как страхование квартир, строений и другого имущества (5%), получение выплат при наступлении страхового случая (2%), установка и ремонт охранной сигнализации (3%). С развитием сотовой связи малое число потребителей такой негосударственной услуги как установка стационарного телефона (9%).

Большинство опрошенных (84%) оценивают качество предоставления негосударственных услуг как хорошее и только 13% – как плохое. Очевидно, что на дальнейшее повышение качества услуг, оказываемых государственными (муниципальными) органами власти и негосударственными структурами, будут оказывать их конкурентные преимущества.

Большинство респондентов считают, что качество предоставления негосударственных услуг выше, чем государственных и муниципальных услуг. Противоположное мнение выразила только десятая часть получателей услуг. Каждый третий опрошенный считает, что качество предоставления негосударственных услуг и государственных (муниципальных) услуг примерно одинаковое.

Основные трудности, с которыми встретилась граждане при получении услуги в дальневосточных регионах коррелируют с результатами общероссийского опроса (табл.1).

Российский законодатель урегулировал организацию предоставления государственных (муниципальных) услуг на основе принципов открытости, доступности, правомерности и др. Одно из последних достижений в этой области – реализация принципа «одно окно» при получении госуслуг в созданных многофункциональных центрах (МФЦ).

О возможностях получения государственных (муниципальных) услуг в МФЦ знают немногим более десятой части (13%) опрошенных, менее трети (29%) – «что-то слышал (а)», более трети (38%) – «услышал (а) впервые» и каждый пятый затруднился ответить (21%). От числа тех респондентов, кто в той или иной степени знал или слышал об МФЦ, только 5% обращались в них за получением услуги.

Более информированы граждане о существовании единого Интернет- портала государственных услуг (60,8%). При этом третья часть знает и каждый четвертый что-то слышал (а) о существовании этого портала. Пятая часть опрошенных, знакомых с ним, использовали его возможности для получения данной услуги (получение информации, бланков и т.д.). Эта же доля респондентов отметила наличие личного кабинета на едином портале государственных услуг.

Результаты выборочного опроса жителей Хабаровского края и ЕАО свидетельствуют о позитивных изменениях роли государства в новой для себя функции предоставления определенного набора государственных (муниципальных) и услуг и содействию развитию негосударственных услуг населению, используя возможности современных информационно-коммуникативных технологий. Однако доля граждан, знающих, использующих возможности электронных ресурсов (МФЦ, Единого портала) еще незначительная. Как правило, активно продвигаются услуги, связанные с массовым спросом (получение, обмен паспортов, регистрацией по месту жительства).

В силу ограниченного спроса слабо востребованы собственно рыночные услуги, полномочия по которым закреплены за государственными органами власти. Среди них слабо востребованы услуги разрешительного, оценочного, регистрационного, согласительного, постановочного и иного канцелярско-бюрократического характера. Очевидно, что государственные (муниципальные) структуры и граждане сталкиваются с трудностями как объективного, и субъективного плана на путях освоения новых для себя взаимоотношений, форм и методов работы.

Литература

- 1 Оболонский А.В. Гражданин и государство: новая парадигма взаимоотношений и шаги по ее институционализации//Вопросы государственного и муниципального управления. 2011. № 1, с.5-16.
- 2 .Потребительский подход к оценке качества деятельности_госадминистрации. [Электронный ресурс]. Режим доступа http://www.amr.ru/upload/iblock/613/PP_teor.pdf
- 3 Утверждена новая модель взаимодействия государства и граждан при предоставлении госуслуг. [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://www.garant.ru/news/source/77/>

Л.А. Василенко
ОТВЕЧАЕТ ЛИ КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ ВЫЗОВАМ
САМООРГАНИЗУЮЩИХСЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ КОММУНИКАЦИЙ: АНАЛИЗ КОМПЕТЕНЦИЙ
ГОССЛУЖАЩИХ?

ВАСИЛЕНКО Людмила Александровна – профессор, доктор социологических наук, профессор РАНХиГС ИГСУП. E-mail: vasilenkola@mail.ru

Глава правительства РФ Д. Медведев подписал распоряжение об утверждении новой Концепции формирования «Открытого правительства». В числе задач, которые она ставит перед федеральными органами исполнительной власти проведение публичных онлайн-консультаций с гражданами и организациям,; формирование и развитие действенных механизмов оперативного реагирования на обращения, работа с открытыми данными, обращениями граждан, организаций и общественных объединений, референтными группами, работа с общественными советами, СМИ, социальными сетями и форумами в Интернете. Как ответит кадровая политика на данные тенденции? Проведенные Социологической лабораторией ИГСУП исследования показывают, что уже сегодня ощущается потребность в формировании компетенций у кадров госслужбы по выработке способностей и умений взаимодействия с гражданами в процессе подготовки важных государственных решений. Опросы показали, что госслужащие недооценивают потенциал гражданского общества. В ответах на вопрос: «По каким показателям можно оценивать уровень профессиональной ответственности государственных служащих?» респонденты-эксперты из числа госслужащих на первое место поставили показатели, за которые они отвечают сами. Остаются невостребованными показатели, зависящие от активности гражданского общества, требующие партнерских отношений. Только 15,7% респондентов согласны ввести критерий общественного контроля со стороны гражданского общества, еще меньше респондентов (15,3%) выбрало «умение использовать ценностно-моральные регуляторы, готовность признать вину перед обществом», 20,9% – «уровень прозрачности, транспарентности системы государственного управления».наличие разрыва в коммуникациях ответы респондентов граждан и экспертов из числа госслужащих, характеризующих степень выраженности качеств, присущих государственным служащим отображенные на графиках (рис. 1). В числе причин снижения профессионализма госслужащих граждане называют «выдвижение на руководящие должности лиц не по профессиональным качествам, а по личной преданности» (50%), «привлечение кадров на государственную службу по знакомству, родству» (45,2%), невостребованность в государственных органах честных и принципиальных государственных служащих (27%) (рис. 2) [5,6].

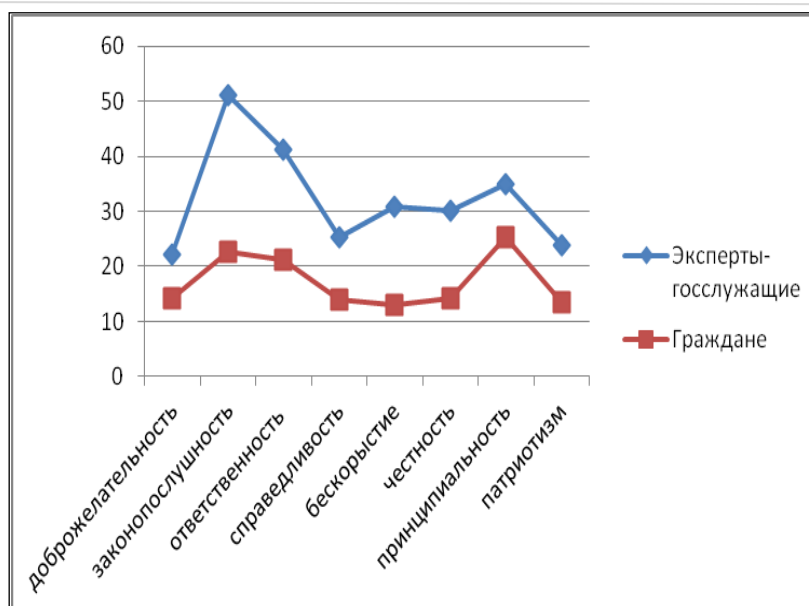


Рисунок 1 – Распределение ответов респондентов на вопрос о высокой выраженности качеств присущих государственным служащим.

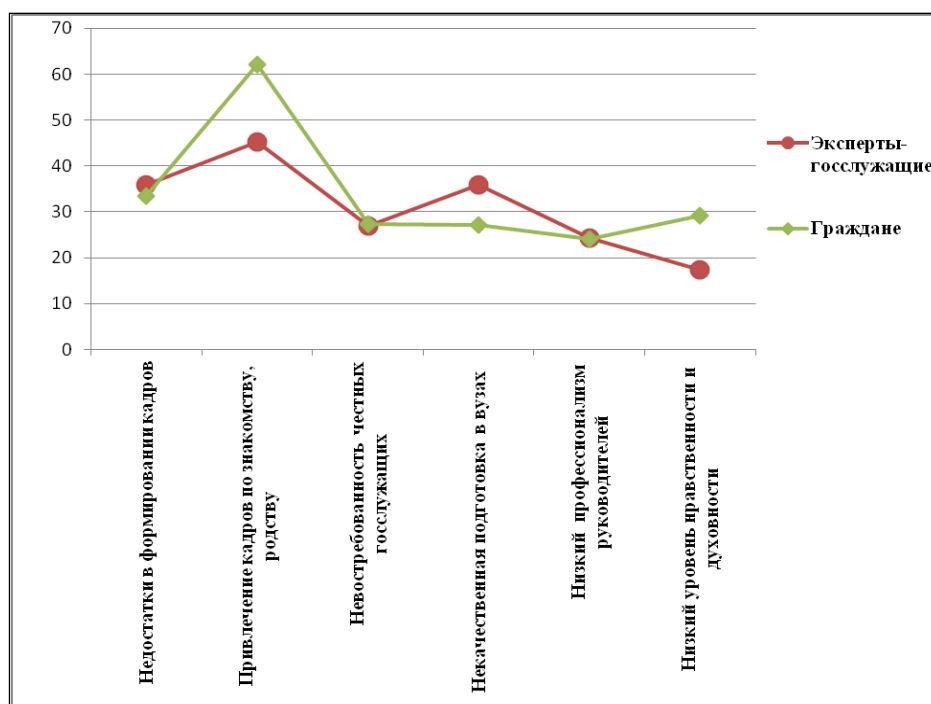


Рисунок 2 – Распределение ответов на вопрос «В чем, по Вашему мнению, могут заключаться причины снижения профессионализма госслужащих?»

К демократии, в первую очередь, не готова система государственного управления. Этот институт не полностью соответствует современному уровню развития социальной системы. В информационном пространстве важно кто и как будет влиять на сознание граждан, которые из послушных социальных групп могут быстро стать акторами глобального мира, контролировать который стремится множество субъектов, не всегда согласующих свои действия и решения между собой [4]. Социсследование показало, что часть госслужащих ощущает потребность в специалистах, умеющих

умно взаимодействовать с негосударственными структурами (14,5%), не хватает знаний по работе с гражданами с использованием информационных технологий (26,8%), не хватает специалистов по управлению современными информационными процессами (23,8%) и по информационным сетям и компьютерным технологиям (16,5%) [6]. Инфраструктура и социальная среда гражданского общества не включается на данном этапе как составная часть общей архитектуры «электронного государства» в демократическом смысле этого термина, не затрагивая социальную сторону механизмов «электронного правительства» – социальное взаимодействие и продвижение механизмов демократии и воспитания качеств гражданственности и государственности в российский социум. В результате происходит процесс сокращения условий для «демократических притязаний» граждан. В ответ на вызовы времени, выделим особенности реализации таких форм взаимодействия власти и граждан.

1. Нелинейные методы взаимодействия органов власти и граждан. Важнейшей компетенцией госслужащих в современном сложном нелинейном мире является способность распознать в начинающихся явлениях перспективные ростки будущего, правильно их оценить и построить в отношении них стратегию ответного действия. Для этого следует включать граждан в процессы разработки вариантов управленческих решений и производство необходимой для этого информации. Создание условий такого участия требует освоения новых форм работы органов власти, учитывающих продуцирование рисков в современном «обществе риска» [1]. В силу высокого риска переструктурирования социальной системы госслужащие должны быть готовы выявлять ожидания и интересы граждан, учитывать их в процедурах принятия решения, открыто предъявляя обществу возможные последствия. Важно отслеживать, что остается в социальной памяти как новый параметр порядка (стратегическая инновация, новый смысл существования...), которому подчинятся социальные структуры.

2. Формирование инновационных компетенций управления доверием и репутацией. Ответом на возрастание сложности может быть принципиально новый методологический подход на основе «электронного правительства», под которым здесь понимается синергичный комплекс технологий (управленческих, информационных, коммуникативных и др.), взаимопроникновение которых создаст соответствующий синергетический эффект. В его основе смыслы, глубина и когерентность взаимодействий граждан и органов власти в соответствии с тенденциями развития социальной системы [2]. Необходимо направлять самоорганизационные процессы используя механизм своевременной корректировки структур социума и перераспределения социальных ролей с передачей полномочий мобильной группе граждан, предложившей оптимальное решение неожиданно возникающей проблемы. Механизм может работать на основе динамических моделей: а) повышения мобильности граждан, которые способны предлагать оптимальные решения (краудсорсинг, общественные слушания с применением технологий виртуального ситуационного центра и др.); б) ресоциализации граждан, сочетание в них качеств гражданственности и государственности (развитие у них способности самостоятельного нахождения оптимальных решений, преодоление иждивенчества и равнодушия, социальной ориентированности). Предлагается создание самополняемого фонда моделей поведения индивидов и моделей коррекции их поведения через информационные среды; в) развития информационно-коммуникативных компетенций государственных должностных лиц с целью поддержки адвокативных функций демократического гражданского общества; г) адекватной организации межкультурных коммуникаций в условиях глобализации культур и культурного обособления.

3. Инновационные компетенции госслужащих по реализации связей с общественностью. В условиях глобализации, демократизации и реформирования системы государственного управления, определяющей поиск наиболее совершенных механизмов, следует включать в данные процессы конструктивную энергетику социума. Заниматься такой деятельностью должна каждая служба в своей сфере деятельности на основе применения принципа «исключения посредников». Следует *переопределить приоритеты в работе госслужащего от бумажного документа, который зачастую никто не читает, к реальному интерактивному взаимодействию с гражданами*, выполнять такие работы не смогут специально выделенные пресс-службы и журналисты, не обладающие специальными знаниями. Необходимо включение в должностные регламенты вопросы взаимодействия с гражданами,

институтами и организациями гражданского общества, а в перечень компетенций госслужащих – обладание компетенцией дифференцирования целевой аудитории и их ожиданий. Госслужащие должны знать принцип структурирования гражданского общества без образования юридического лица, что обусловлено трансформацией социальных отношений и институтов социализации в условиях информационного общества и глобальной сети [2, 3]. Для работы с ними требуются формы интерактивного взаимодействия в Интернет-коммуникациях, привлекая активных граждан к поиску и разрешению возникающих проблем.

4. Использование блоггинга органами власти. Блогосфера может играть важную роль в социальном управлении. Блогосфера, сетевые сообщества – это инструменты обучения демократическим взаимоотношениям. Примером важности данного инновационного направления развития массмедиа является самый влиятельный в мире блог Арианны Хаффингтон – своеобразная медиаимперия нового поколения [8]. Для государственной службы представляет интерес формирование гибкой сетевой структуры, качественно новой коммуникативной среды.

5. Конвергентная журналистика. Конвергентная журналистика интегрирует информационные и коммуникативные технологии в единый информационный ресурс за счет взаимопроникновения технологий, стирания границ между ними. Для органов власти особенно важно организационное оформление подразделений, профессионально, осуществляющих информационное взаимодействие с гражданами и общественными структурами органов власти в формах: мультимедийной редакции (помощь профильным отделам в оформлении контента для различных современных медийных многомерных цифровых сред), интегрированной редакции (объединение всех новостных потоков, контента всех информационных каналов), кросс-медийной редакции (реализация принципа взаимного обмена мультимедийной многосредовой информацией всех версий информационной продукции для разных цифровых сред).

6. Социальная журналистика. Социальная журналистика поднимает актуальные и болезненные темы для большинства людей, но не ставит целью участие самого СМИ в достижении результата – решении проблемы. Основные тематические направления: социальная сфера как предмет журналистики, социальная политика; человеческий капитал; образование; здравоохранение, соцзащита; права человека; семья и дети; молодежь; благотворительность и социальное предпринимательство, проблемы, связанных с противоречиями внутри общества (система «человек – общество»). Социальная журналистика может стать инструментом органа власти с использованием методов социальной терапии и социологической интервенции.

7. Общественная (гражданская) журналистика. Общественная журналистика – это особая публичная технология посредничества. Граждане через Интернет предлагают важные темы, обозначают проблемы и доводят решение до исполнения с участием зрителей-читателей. Одной из форм – проведение публичных встреч в прямом эфире, на которых представители населения выступили в роли представителей власти, находящихся в поиске решения проблем. Вместо одностороннего информирования населения или зачитывания пресс-релизов – организационная работа в тесном взаимодействии с активными общественными организациями. Здесь также нужны коммуникативные навыки, инициативность, хорошее знание имеющихся ресурсов, активная гражданская позиция и наличие базовых ценностей.

8. Самодеятельная журналистика – журналистами выступают желающие граждане, создающие свой собственный сетевой ресурс, на котором интерактивным способом будет формироваться электронное СМИ без заданной заранее тематики и структуры. Интерактивность создает особую привлекательность для граждан. Задача органов власти и журналистов разработать условия регулирования этих процессов и просветительские программы и освоить новые социологические подходы и инструментарий.

Литература

- 1 Бек У. Что такое глобализация? М., 2001.

- 2 *Василенко Л.А.* Интернет в информатизации государственной службы России (социологические аспекты). – Изд. 2-е доп. – М.: Наука, 2008. – 27,7 п.л.
- 3 *Василенко Л.А.* Методология и методика исследования Интернет-коммуникаций // III международная социологическая конференция «Продолжая Грушина. ВЦИОМ,-РАНХиГС, 2013.
- 4 *Василенко Л.А. Василенко В.И.* Социальные инновации в контексте управления будущим. Махачкала: Изд-во «Радуга-1», 2013. 21,5 п.л.
- 5 Опрос населения проведен Социологической лабораторией ИГСУП РАНХиГС с участием автора.
- 6 Опрос экспертов проведен Социологической лабораторией ИГСУП РАНХиГС с участием автора.
- 7 Об утверждении Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти. Распоряжение Правительства РФ от 30.01.2014 №93-р.
- 8 <http://www.forbes.ru/forbes-woman-photogallery/zhenshchiny-v-biznese/246364-samye-uspeshnye-predprinimatelnitsy-2013-reit/photo/13>. Дата обращения к ресурсу 28.10.2013.

А.Ю. Звонарева
К ВОПРОСУ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА
В УПРАВЛЕНИИ ОРГАНАМИ ВНУТРЕННИХ ДЕЛ

ЗВОНАРЕВА Анна Юрьевна - адъюнкт факультета подготовки научных и научно-педагогических кадров Академии управления МВД России. E-mail: Zvonareva.Anna@rambler.ru

На протяжении последних десятилетий постсоветского периода мы наблюдаем изменение взаимоотношений между органами государственного управления и обществом.

Ключевым фактором начатой в Российской Федерации административной реформы стало острая необходимость повышения качества государственного управления. Следствием заявленного курса стало предъявление более высоких требований к эффективности деятельности государственного аппарата и самой исполнительной власти. Органы исполнительной власти в сфере внутренних дел являются составной частью системы государственного управления. Поэтому стержневые направления совершенствования данной системы напрямую повлияли на внедрение новых стратегических приоритетов в деятельности органов внутренних дел.

Представленная обществу стратегия преобразований предполагает качественную и эффективную работу всех государственных институтов, в том числе правоохранительных, с одновременным включением граждан в указанный процесс посредством учета их пожеланий.

С учетом заявленного курса принято значительное количество нормативных правовых документов, регламентирующих деятельность министерств и ведомств. Эти документы стали основой организационно-правовых изменений по совершенствованию деятельности органов внутренних дел, радикальному обновлению приоритетов и стратегии развития МВД России.

Власть должна слышать социальные запросы и доверять им. На этом доверии зиждется эффективная государственная политика. Отсутствие отчуждения власти от общества порождает встречный процесс – повышения доверия населения к власти. Оно фиксируется благодаря социологическим исследованиям.

Системное игнорирование макросоциальных и многоуровневых общественных процессов, развивающихся в российском обществе, непонимание их инерционного характера привели к негативному общественному мнению о деятельности органов внутренних дел на протяжении длительного периода времени. Переломить ситуацию одномоментно, только благодаря успешным показателям оперативно-служебной деятельности, в такой ситуации, представляется утопией.

Социологические исследования общественного мнения о деятельности органов внутренних дел должны учитывать не только данные опросов. Принимая во внимание сложность предмета исследования, обязательному анализу должен подвергаться огромный комплекс детерминант, отражающих многомерность, нелинейность, многофакторность социального поля, наличие в нем специфических тенденций, слоев, уровней и других контекстов на фоне которых и формируется это мнение.

По мнению Тихоновой Е.В., общественное мнение как интегративный показатель осмысления социальной ситуации конкретной общностью и ее отдельными элементами имеет два уровня проявления: а) формально-декларативный, отражающий официально одобряемую гражданскую позицию и нормы поведения (степень интеграции личности в социальную систему в целом); б) реальный (бытовой), отражающий систему нормативов на уровне узкой субкультуры (способы решения индивидуальных бытовых проблем). Между мнением на формально-декларативном и бытовом уровнях существуют расхождения, которые могут перерасти в противоречие [1].

Поэтому сложно не согласиться с мнением И.А. Фомина, который считает, что изучать сложные многоуровневые процессы, применяя только количественные массовые методики и опросы, невозможно. Давно назрела необходимость использования качественных методик, многоуровневого структурного и институционального анализа идеологий, движений, групп, институтов, тенденций и моделей поведения. Только такой анализ, по мнению И.А. Фомина, позволит строить какие-либо прогнозы [2].

В настоящее время среди научного сообщества социологов все активнее обсуждаются проблемы «устаревания» методик измерения общественного мнения. В частности, III Международная социологическая конференция, проводимая 28 февраля – 1 марта 2013 г. в Москве, еще раз осветила недостатки практикуемых методик. Так, отмечалось, что растет необходимость не в количественных, а качественных исследованиях; должны быть выработаны новые теоретико-методологические основы изучения общественного мнения; обязателен историко-научный анализ получаемых результатов и т.д. Общее мнение и теоретиков, и практиков – широко используемая методологическая и технологическая основа исследований требует доработки.

Следует отметить, что и в самих органах внутренних дел к выводам и рекомендациям по результатам таких исследований относится скептически.

До настоящего времени не проработан механизм включения результатов общественного мнения в деятельность органов внутренних дел.

В процессе сложной и многогранной оперативно-служебной деятельности общественное мнение не всегда может быть востребовано. Вместе с тем результаты его исследования необходимо использовать для модернизации существующих практик взаимодействия с населением. Следовательно существует необходимость выделения того пласта оперативно-служебной деятельности, где достижение положительного общего социального эффекта имеет большое значение для ОВД. При этом необходимо понимать, что результаты социологических исследований общественного мнения, будут в полной мере приносить пользу тогда, когда этой информацией будут пользоваться корректно и откажутся от идеи ее прямо воспринимать. Только в комплексе со всем информационно-аналитическим блоком можно принимать легитимные и ответственные управленческие решения.

Литература

- 1 Тихонова Е.В. Общественное мнение как инструмент социального управления (концептуальный подход): Автореф. дисс. ... д-ра социол. наук: 22.00.08. – М., 2005.
- 2 Фомин И.А. Системный кризис требует системных методов изучения //Мониторинг общественного мнения № 4 (110), 2012.

Н.Н. Коростылева, О.А. Ефанова

ГОСУДАРСТВЕННЫЕ СЛУЖАЩИЕ: МОТИВЫ ПОСТУПЛЕНИЯ НА СЛУЖБУ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ РОСТ

КОРОСТЫЛЕВА Наталья Николаевна – доктор социологических наук, профессор кафедры государственной службы и кадровой политики ИГСУП РАГХиГС. E-mail: beek@rambler.ru.

ЕФАНОВА Ольга Алексеевна – кандидат философских наук, доцент кафедры социологии управления ИГСУП РАНХиГС. E-mail: olga_efanova@list.ru.

Вектор развития государственных служащих не в последнюю очередь определяется мотивами их поступления на государственную службу. Результаты социологических исследований, проведенных факультетом ИГСУП в 2013 году, свидетельствуют, что представление о мотивации поступления на госслужбу значительно различается в зависимости от статуса респондентов. Так, по мнению экспертов², определяющими мотивами поступления граждан на государственную службу являются как мотивы общественной значимости государственной службы, так и ее привлекательность с точки зрения престижа и социальной защищенности работников органов государственной власти. Наиболее распространенным мотивом, с точки зрения экспертов, является гарантия постоянной работы, стабильного положения. Такую точку зрения высказали почти две трети опрошенных (64,3%). Далее со значительным отрывом идут стремление занять престижное место в обществе (37,3%) и желание принести пользу обществу и государству (33,3%). Такой мотив, как стремление реализовать свои профессиональные качества, отметили менее четверти опрошенных экспертов (22,1%).

Незначительную роль этому важному для профессионального роста государственных служащих мотиву эксперты отводят в связи с оценкой уровня профессионализма работников органов государственной власти, который, по мнению более трети опрошенных (34,4%), является в той или иной степени низким. Мнение же населения на этот счет более категорично. Половина опрошенных (50,2%) дали отрицательную оценку уровня профессионализма государственных служащих.

С этим не в последнюю очередь связан преимущественно отрицательный имидж государственных служащих у населения. Две трети экспертов (66,5%) отметили, что население отрицательно относится к представителям государственной службы.

Причина отрицательного имиджа государственной службы в глазах населения связана также со сложившимся общественным мнением о превалировании у госслужащих личных интересов над государственными и общественными. Так, мотивация поступления чиновников на госслужбу имеет, по мнению населения³, четко выраженную личную направленность. Это, в первую очередь, стремление занять престижное место в обществе (53,5%), стремление повысить свое материальное благополучие (52,1%) и желание приобрести широкие связи с людьми, которые могут быть полезны в жизни (40,8%;). Такие же важные для госслужащих мотивы, как стремление принести пользу обществу и государству и стремление полнее реализовать свои профессиональные возможности, занимают, по мнению граждан, весьма скромное место. Эти позиции отметили только 17,7% и 11,3% опрошенных, соответственно.

² Экспертный опрос по проблемам профессионального развития и кадровым процессам в государственной службе. В опросе участвовали 251 эксперт из числа специалистов, замещающих высшие, главные и ведущие должности государственной службы на федеральном уровне и в субъектах Российской Федерации. Май – июнь 2013 г. Данные приводятся в процентах от числа ответивших на каждый предложенный вопрос.

³ Социологический опрос по проблемам функционирования органов государственной власти и управления в Российской Федерации. Опрос проведен в 19 субъектах Российской Федерации всех федеральных округов, в том числе: республиках – Дагестан, Кабардино-Балкария, Саха (Якутия), Удмуртия, в Алтайском, Краснодарском, Приморском краях; областях – Брянской, Волгоградской, Воронежской, Липецкой, Московской, Орловской, Псковской, Самарской, Саратовской, Челябинской, городах – Москва, Санкт-Петербург. Всего опрошено 1 204 респондента. Июль – август 2013 г. Данные приводятся в процентах от числа ответивших на каждый предложенный вопрос.

Для более объективной оценки мотивации поступления граждан на государственную службу следует принять во внимание результаты опроса основной массы государственных служащих (от начальника отдела и ниже). Так, по данным опроса служащих Минтруда России⁴, основная масса опрошенных (72,5%) руководствовалась, прежде всего, стремлением полнее реализовать свои профессиональные способности. Гарантия постоянной работы и стабильного положения привлекла значительно меньшее количество опрошенных (55,0%). Настораживающим фактором является то, что такой важный для государственной службы фактор, как стремление принести пользу обществу назвали менее половины респондентов (48,8%). Такой же важный, по мнению населения, мотив, как стремление занять престижное место в обществе, отметили только 8,8% опрошенных. Это свидетельствует об определенной превратности представлений о мотивах поступления на государственную службу, сложившихся у населения. Этот момент необходимо учесть для работы над положительным имиджем государственных служащих.

Более важной с точки зрения профессионального развития государственных служащих является несомненная связь мотивации поступления на госслужбу и профессионализма государственных служащих. Так, служащие Минтруда России, выдвинувшие на первый план стремление полнее реализовать свои профессиональные способности при поступлении на госслужбу, в большинстве своем (75,0%) оценили уровень профессионализма работников Министерства в целом как в той или иной степени высокий. Это свидетельствует о необходимости более тщательного анализа у вновь принимаемых сотрудников мотивов их поступления на госслужбу.

Не менее важным направлением в развитии государственных гражданских служащих является их профессиональный рост, предполагающий как приобретение и совершенствование знаний, умений и навыков в процессе прохождения службы, так и карьерный рост.

Ядром профессионального роста выступает ключевое понятие любой профессии – это «профессионализм». Профессионализм государственных гражданских служащих можно определить как самый высокий уровень знаний, умений и навыков и личностных качеств в их профессиональной деятельности, направленной на исполнения полномочий государственных органов, на решения государственных управленческих задач.

В процессе социологического мониторинга, проводимого на базе кафедры государственной службы и кадровой политики в разные годы, были получены данные, свидетельствующих о недостаточно высоком уровне профессионализма государственных служащих.

Если в качестве высокого уровня его отмечали в 2012⁵ г. 11,1% респондентов, то в 2013-м году так считали только 5,2% опрошенных. Позиция «скорее высокий, чем низкий» тоже снизилась, и так думали в 2012 г. 45,3%, а в 2013⁶ г. только 30,7%. «Скорее низкий, чем высокий» отметили в

⁴ Социологический опрос сотрудников Минтруда России в рамках НИР по теме: «Разработка и внедрение современных технологий кадровой работы, включая систему «государственно-служебной культуры», обеспечивающих результативность профессиональной служебной деятельности государственных гражданских служащих Минтруда России в соответствии с целями и задачами Министерства». Опрос проводился 21-22 ноября 2013 г. Опрошены 82 работника Министерства в должности начальник отдела и ниже по репрезентативной квотной выборке.

⁵ Социологический опрос «Социально-профессиональные проблемы государственной гражданской службы Российской Федерации». Проведено социологической группой, учеными, докторантами, аспирантами кафедры государственной службы и кадровой политики ИГСУП при РАНГИГС (май–июнь 2012 г.). Опрос проведен в 20 субъектах РФ всех федеральных округов, в том числе: республиках Бурятия, Ингушетия, Марий-Эл, Удмуртия, Хакасия, в Краснодарском, Красноярском, Хабаровском краях, областях – Брянской, Волгоградской, Калининградской, Новгородской, Орловской, Рязанской, Саратовской, Свердловской, Тульской, Челябинской, городах – Москве, Санкт-Петербурге. Всего опрошено 1 008 респондентов из числа государственных служащих.

⁶ Социологический опрос по проблемам функционирования органов государственной власти и управления в Российской Федерации. Опрос проведен в 19 субъектах Российской Федерации всех федеральных округов, в том числе: республиках – Дагестан, Кабардино-Балкария, Саха (Якутия), Удмуртия, в Алтайском, Краснодарском, Приморском краях; областях – Брянской, Волгоградской, Воронежской, Липецкой, Московской, Орловской, Псковской, Самарской, Саратовской, Челябинской, городах – Москва, Санкт-Петербург. Всего опрошено 1 204

2012 г. 29,3%, а в 2013 г. процент составил 38,7%. Появились такие респонденты, которые не смогли оценить степень профессионализма государственных служащих. В 2013 г. этот процент возрос до 13,9% против 5,9% – в предыдущем году.

Экспертный опрос показал более позитивный срез профессионализма государственных служащих. Эксперты оценили выше позицию «высокий профессионализм» 8% от экспертов против 5,2% из числа населения. Утверждение «скорее высокий, чем низкий» у экспертов набрало 50%, тогда как у населения всего 30,7%. Мнение экспертов здесь более объективно, так как они сами являются государственными служащими и понимают ситуацию изнутри, и их взгляды основываются на профессиональном опыте.

Каковы же причины низкого профессионализма государственных служащих? Мнения экспертов и населения здесь не совпадают. Респонденты убеждены в том, что государственные служащие попадают на службу по родству и знакомству (62,2%), тогда как сами государственные служащие более сдержаны в данных оценках (45,2%), хотя это утверждение получает большее количество процентов их всех представленных групп. Мнения экспертов и населения опять не совпадает по причине «выдвижения на руководящие должности лиц не по профессиональным качествам, а по личной преданности». Эксперты считают эту позицию ключевой (50%), а респонденты так считают только в 27,1 проценте случаев⁷.

Эксперты отмечают и низкий уровень нравственности государственных служащих как причину их низкого профессионализма (17,3%), респонденты среди населения так полагают в 5,1%.

На профессиональный рост государственных служащих влияет необходимый набор знаний и умений по определенным областям их профессиональной деятельности, поэтому, чтобы выяснить «проблемные» зоны их знаний, экспертам в разные годы задавался вопрос: «Каких знаний, на Ваш взгляд, не хватает государственным служащим для исполнения своих обязанностей?» Полученные данные говорят о том, что год от года государственным служащим не хватает знаний в области государственного и муниципального управления (36,7% в 2006 г. и 37,4% в 2013 г.), в области экономики и юриспруденции. Причем потребность в знаниях велика. Так в 2006 г. она составляла 34,2% (экономические знания) и 40,8% (юридические знания) и в 2013 г. – 21,5 и 38,6% соответственно.

Стоит заметить, что между полученными знаниями в вузе и востребованностью этих знаний в практике государственного управления нет прямой связи. Об этом свидетельствуют ответы экспертов. На вопрос: «Как Вы считаете, насколько полно профессиональные знания, навыки и умения, полученные молодыми специалистами в учебных заведениях, отвечают современным требованиям государственной службы?». «Полностью отвечают» отметили только 1,8% опрошенных, а тех, кто отметил, что «не отвечают» больше – 8,4%. Срединный уровень ответов распределились почти половину. Так «скорее отвечают, чем не отвечают» – 43%, а «скорее отвечают, чем не отвечают» – 40,2%.

Поэтому молодому специалисту нужно много времени и сил, чтобы стать профессионалом своего дела, востребованным управленцем-практиком.

Что касается профессионального роста в плане профессионально-должностном срезе (карьерном), то здесь тоже существуют определенные проблемы.

Несмотря на внедрение на государственной службе кадровых технологий, способствующих продвижению их по карьерной лестнице на конкурсной основе, есть целый ряд «сдерживающих» факторов, негативно влияющий на этот процесс.

респондента. Июль – август 2013 г. Данные приводятся в процентах от числа ответивших на каждый предложенный вопрос.

⁷ Экспертный опрос по проблемам профессионального развития и кадровым процессам в государственной службе. В опросе участвовали 251 эксперт из числа специалистов, замещающих высшие, главные и ведущие должности государственной службы на федеральном уровне и в субъектах Российской Федерации. Май – июнь 2013 г. Данные приводятся в процентах от числа ответивших на каждый предложенный вопрос.

Так население убеждено, что должностное продвижение государственных служащих происходит не по их профессиональным или деловым качествам, а по принципу протекционизма. Также думают и эксперты. Однако в идеале своем, продвижение по службе должно проходить согласно профессионализму государственных служащих (87,6% опрошенных экспертов так полагают), высокому уровню знаний и стремлению к профессиональному росту (57,0%), высокому уровню самоорганизации и самодисциплины (50,6%). Эксперты также отметили необходимость вводить принцип ответственности руководителей за тех людей, которые они порекомендовали на должности государственной гражданской службы. Так «да, безусловно» ответили 44,6% экспертов и «да, в какой-то степени» – 41,0% против «нет» 9,2%.

Необходимо также учитывать гендерный фактор в построении карьеры государственных служащих, так как женщин-государственных гражданских служащих намного больше, чем мужчин. Но государственные служащие мыслят гендерно стереотипно и многие эксперты указывают на то, что женщине труднее сделать карьеру на государственной службе, потому что ее больше интересует семья, чем работа (43,1%). Сюда же можно отнести позицию нехватки времени у женщин на занятие карьерой (20,4%). 11,4% – полагают, что у женщины есть определенный потолок профессионального роста, выше которого она не пройдет.

Причем трудности в карьерном росте создает выше стоящее начальство. Эксперты отметили, что женщину-государственную служащую чаще, чем мужчину недооценивает руководство. Самое большее число ответов – 47,4%. Значительное число ответивших считают, что «с женщинами трудно договариваться об отступлениях от правил» 20,9%,⁸ поэтому и профессионально-должностное развитие их затруднено.

Итак, рассматривая мотивы поступления и профессиональный рост государственных служащих, согласно социологическому мониторингу, можно констатировать, что необходимо совершенствовать кадровую политику государственных органов, а также систему профессиональную подготовку государственных служащих и интенсивно заниматься их профессионально-должностным развитием.

Е.А. Литвинцева, И.Н. Рыбакова
КАЧЕСТВО ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ УСЛУГ:
СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

ЛИТВИНЦЕВА Елена Ананьевна – доктор социологических наук, доцент, заведующий кафедрой управления и организации социальных систем РАНХиГС при Президенте РФ. E-mail: litvlена@yandex.ru
РЫБАКОВА Ирина Николаевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры управления и организации социальных систем РАНХиГС при Президенте РФ. E-mail: in_rybakova@mail.ru

Важнейшим фактором, влияющим на востребованность гражданами государственных услуг, является их качество. Качество реализации государственных услуг – показатель, характеризующий интегральную эффективность деятельности государственного органа, совокупность таких свойств, как своевременность, полнота, полезность, ценность, надежность. Качество представляет собой совокупную оценку процесса управления, эффективного администрирования сферы государственных услуг.

Как показал экспертный опрос⁹, наиболее важными для граждан в оказании государственных услуг является «простота и доступность получения государственных услуг»: 75%¹⁰ экспертов отмечает

⁸ ППРКПГС-Э

⁹ Экспертный опрос был проведен Социологической лабораторией Факультета «Институт государственной службы и управления персоналом» РАНХиГС при Президенте РФ. Экспертами выступили государственные гражданские

именно данный критерий. Вторым по значимости эксперты назвали такой критерий, как «быстрота получения государственной услуги» – 68,4%. Отметим, что такие критерии оценки качества государственной услуги, как «удобный график» работы учреждения, оказывающего услугу и «низкая стоимость» (низкие тарифы и пошлины на госуслуги), являются не столь важными по мнению экспертов.

С оценочными критериями качества предоставления государственных услуг тесно коррелируют ответы на вопрос: «С какими конкретными трудностями сталкивается население при получении государственной услуги?». В целом, перечень проблемных ситуаций можно разделить на 2 группы: в первую группу входят проблемы, касающиеся недостаточно развитой инфраструктуры госуслуг. Во вторую группу включаются проблемы работы конкретных государственных учреждений и компетентности их работников. Отметим, такой пункт, как «необоснованный отказ от предоставления государственной услуги» отметили лишь 1,4% опрошенных, следовательно, подобная проблема является совершенно незначимой по мнению экспертов для населения.

Как показывают данные опроса, наиболее эффективным инструментом повышения качества государственных и муниципальных услуг выступает система «единого окна». Такая система взаимодействия делает более прозрачной и менее громоздкой существующую практику работы с гражданами, уменьшает сроки оформления и выдачи документов, исключает необходимость выполнения гражданами промежуточных согласований, существенно экономит силы и время при получении требуемого документа.

Наряду с системой «единого окна», немаловажную роль в повышении качества государственных и муниципальных услуг играет развитие единого портала государственных и муниципальных услуг, а также улучшение межведомственного, в том числе, электронного взаимодействия. Данные мероприятия способствуют повышению открытости деятельности государственных органов, созданию возможностей для более удобного взаимодействия с правительством через электронные каналы, снижению временных и материальных затрат граждан и организаций при взаимодействии с государственными структурами.

Повышение эффективности государственного управления, взаимодействия гражданского общества и бизнеса с органами государственной власти на основе повышения качества и оперативности предоставления государственных услуг невозможно без осуществления контроля качества государственных услуг. В соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 07.05.2012 № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления» к 2018 г. уровень удовлетворенности граждан Российской Федерации качеством предоставления государственных и муниципальных услуг должен составлять не менее 90%.

Экспертам было предложено выбрать наиболее успешные меры контроля качества оказания государственных услуг. Подавляющее большинство опрошенных (74,6%) отметили усиление контроля качества предоставления государственных услуг со стороны государства, более половины респондентов (58,7%) считают эффективной мерой введение административной ответственности за нарушение стандартов государственных услуг. Каждый четвертый опрошенный поддерживает внедрение процедур обжалования (26,3%), а также досудебное (внесудебное) рассмотрение жалоб (претензий) в процессе получения государственных и муниципальных услуг (25,4%).

Интересно мнение экспертов и относительно организаций, которые должны осуществлять контроль качества оказания государственных услуг. Более половины респондентов (61,5%) сходятся во мнении, что функция контроля качества государственных услуг должна быть возложена на государство. Каждый третий опрошенный, считает, что контроль должны осуществлять специальные контрольные органы (39,9%) и прокуратуру (33,3%). Каждый четвертый опрошенный возлагает эту функцию на

служащие, участвующие в деятельности по предоставлению государственных услуг на федеральном и региональном уровнях. Общая совокупность опрошенных составила 214 человек.

¹⁰ Экспертам предлагалось выбрать несколько вариантов ответов, поэтому общее количество ответов превышает 100%.

самих граждан (25,4%), каждый шестой – на общественные организации (16,4%). Немногие эксперты (5,2%) считают, что контроль должны осуществлять все вышеперечисленные органы в соответствии со своей компетенцией.

Анализ открытого вопроса показал наиболее эффективные меры повышения качества государственных услуг, предложенные экспертами:

- улучшение межведомственного взаимодействия;
- разработка административных регламентов и стандартов предоставления государственных услуг;
- повышение организационной культуры государственных служащих, ориентированной на открытый диалог с гражданами,
- разработка специальных образовательных программ для обучения государственных служащих;
- контроль качества предоставляемых услуг со стороны государства, а также специализированных надзорных органов;
- информирование и обучение населения относительно использования электронных услуг.

В целом, эксперты подтверждают актуальность вопроса повышения качества предоставляемых государством услуг. Эффективность реализации государственных услуг напрямую зависит от разрушения административных барьеров, стоящих между государством и гражданами. Способствовать этому может создание и поддержка эффективных механизмов взаимодействия власти и общества (создание экспертных площадок, инструментов общественного контроля). Должна быть обеспечена конструктивная реакция власти на предложения граждан и их объединения.

К.О. Магомедов
КАДРОВАЯ ПОЛИТИКА В ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНАХ:
МОНИТОРИНГ ОСНОВНЫХ НАПРАВЛЕНИЙ

МАГОМЕДОВ Керем Османович, доктор социологических наук, профессор кафедры государственной службы и кадровой политики ИГСУП РАНХиГС. E-mail: m-kerem@mail.ru

Основная цель мониторинга кадровых процессов состоит в создании условий для обеспечения неотложного управленческого воздействия на развитие кадровой ситуации в случаях ее осложнения или обнаружения негативных отклонений. Учеными кафедры государственной службы и кадровой политики на протяжении последних 15–20 лет было проведено множество различных социологических исследований по кадровой проблематике. Респондентами в исследованиях выступали представители населения, государственные и муниципальные служащие, работники отдельных сфер деятельности или крупных субъектов экономической деятельности. Ряд социологических исследований проводится в режиме мониторинга, например, по актуальным проблемам государственной гражданской службы Российской Федерации, по вопросам кадровой политики и управления персоналом в российских организациях.

В основу методики проведения этих исследований были заложены несколько основных проблемных блоков, создающих мониторинговую базу, и к ним в каждом исследовании при определении его целей и задач добавлялись новые тематические разделы, либо просто группы вопросов, которые, в последствии, также могли преобразовываться в мониторинговые блоки.

Методика социологического мониторинга успешно применялась в ходе реализации инновационного научного проекта «Кадровая политика и управление персоналом в российских организациях», где в качестве объекта изучения определены предприятия, учреждения, организации всех форм собственности, направлений и видов деятельности, в том числе и функционирующие в

сфере государственного управления. Данный проект уже был реализован в нескольких исследованиях 2007–2012 гг.

Приведем некоторые характерные примеры мониторинговых наблюдений из тематической области кадровой политики в государственных органах. Важная составляющая проблемы кадрового обеспечения государственных органов представляет мотивация вновь поступающих на государственную службу. Свои представления о том, чем в первую очередь руководствуются граждане, поступая на государственную службу, участники исследований – респонденты массовых опросов из числа государственных служащих – определяли следующим образом:

Анализ динамики изменения структуры мнения государственных гражданских служащих относительно оснований мотивации российских граждан при поступлении на государственную службу показывает, что начиная с переломного 2003 г., когда начала формироваться современная нормативно-правовая и организационная основа государственной службы, ее институциональных черт, происходит усиление влияния материальных и социально-статусных мотивов и снижение значимости профессиональных и гражданских. Этот перекоп, несомненно, создает угрозу деформации профессиональных и нравственных основ государственной гражданской службы, затрудняет процесс ее реформирования на современных демократических принципах, выстраивания системы противодействия негативным проявлениям, в первую очередь, коррупции.

Таблица 1 Результаты мониторинга мотивов поступления российских граждан на государственную службу

	Мотивы поступления российских граждан на государственную службу	Мнения госслужащих			
		2001 г. n=1183	2003 г. n=964	2006 г. n=1102	2012 г. n=1008
1	гарантия постоянной работы, стабильного положения	42,2	46,6	55,7	55,5
2	стремление полнее реализовать свои профессиональные качества	35,5	42,1	28,8	23,0
3	желание принести пользу обществу и государству	31,2	37,6	30,5	24,7
4	стремление обеспечить перспективы для служебного роста	16,7	16,3	25,1	31,0
5	стремление занять престижное место в обществе	9,2	13,7	25,7	36,1
6	желание иметь широкие связи с людьми, которые могут быть полезными в жизни	9,2	10,1	21,1	26,1
7	стремление повысить материальное благополучие	11,9	19,4	14,7	25,0
8	стремление заработать высокую пенсию	8,1	9,3	16,3	18,3
	отсутствие другого выбора	7,1	5,3	7,6	6,6

Из того обстоятельства, что материальные факторы все сегодня являются определяющими при поступлении граждан на государственную службу, следует другое – далеко не всегда именно материальный фактор является стимулом для выбора профессии государственного служащего людьми с высокими профессиональными качествами. Это тоже нужно учитывать в кадровой политике, формировать в противовес, или в дополнение материальным факторам привлекательности государственной службы систему профессиональных стимулов, которые могут положительно повлиять на общий уровень профессионализма кадров государственных органов.

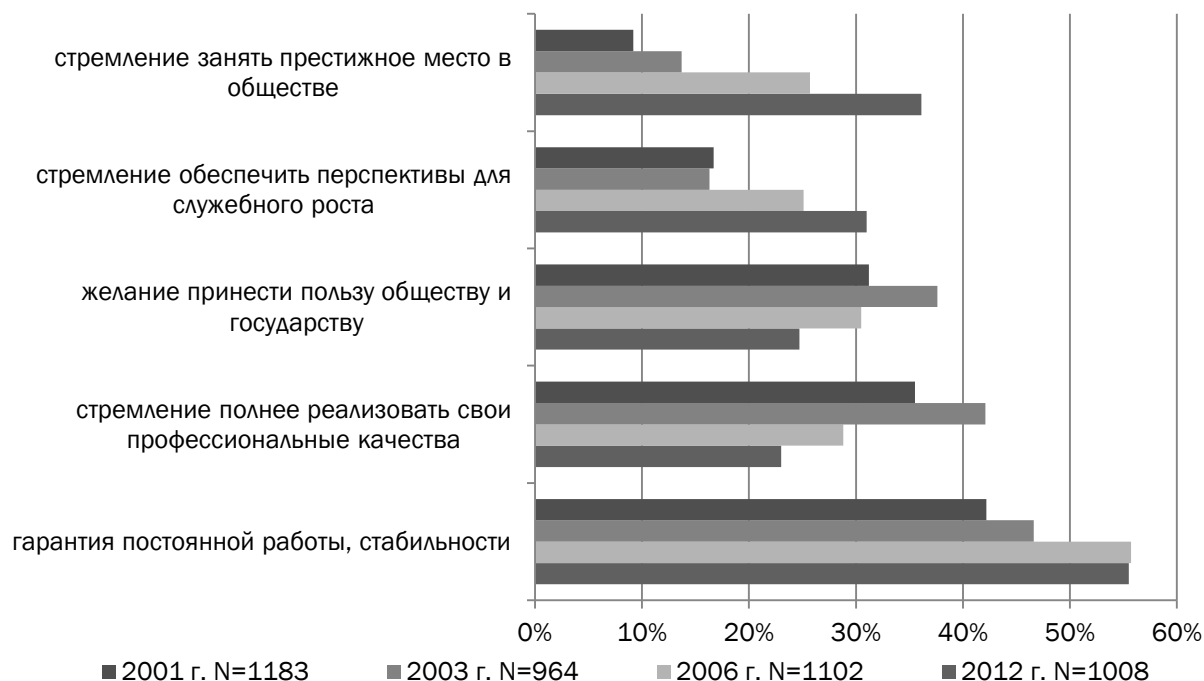


Рисунок 1 – Мониторинг мотивации поступления на государственную службу (мнения госслужащих,%)

В общих оценках уровня профессионализма государственных служащих в России, зафиксированном в исследовании 2013 г., прослеживается более критический настрой у респондентов – представителей населения, российских граждан: более половины из них склоняются, в той или иной мере, к низким значениям, в то время как более половины экспертов – к высоким (см. рис. 2).

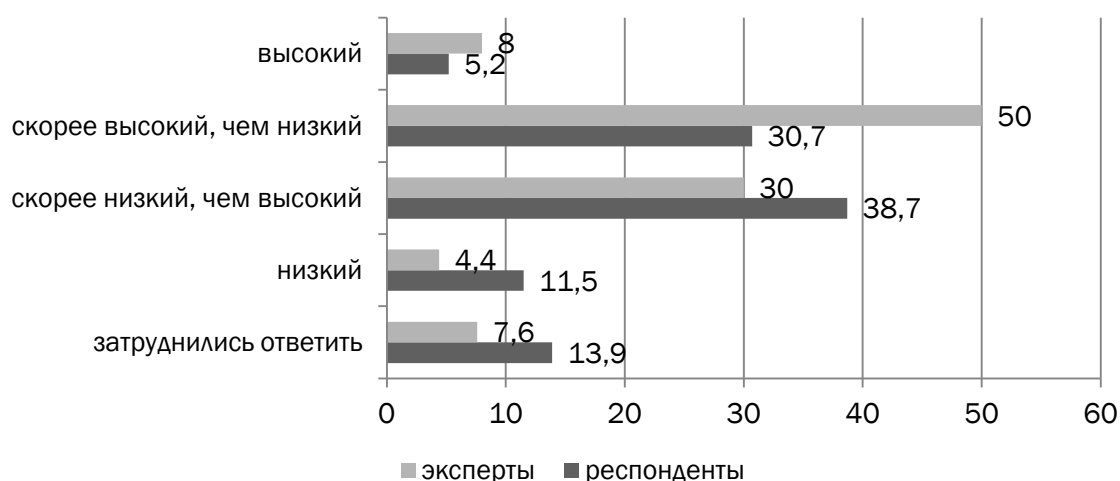


Рисунок 2 – Оценка респондентами и экспертами уровня профессионализма государственных служащих в России (%)

В данном случае, основываясь на мнениях респондентов и экспертов, можно сделать заключение, что уровень профессионализма государственных служащих можно охарактеризовать как близкий к среднему, хотя эксперты, представляющие государственную гражданскую службу, в целом

считают его на уровне выше среднего. Можно также отметить, что среди всех участников исследования мало было придерживающихся по данному поводу определенно положительных и отрицательных мнений.

Из всего этого следует вывод: профессионализм государственных служащих необходимо совершенствовать и развивать, в первую очередь, устраняя существующие причины его снижения. Среди таких причин участники исследования выделили:

- недостатки в работе по формированию профессионального кадрового состава государственных органов – мнение 33,5% респондентов и 35,9% экспертов;
- привлечение кадров на государственную службу по знакомству, родству – мнение 62,2% респондентов и 45,2% экспертов;
- не востребованность в государственных органах честных и принципиальных государственных служащих – мнение 27,4% респондентов и 27,0% экспертов;
- низкое качество профессиональной подготовки выпускников вузов по профильным для государственной службы специальностям – мнение 27,1% респондентов и 35,9% экспертов;
- низкий уровень профессионализма руководителей государственных органов – мнение 24,0% респондентов и 24,2% экспертов;
- низкий уровень нравственности и духовности государственных служащих – мнение 29,2% респондентов и 17,3% экспертов.

Кроме того, 50% экспертов среди причин снижения уровня профессионализма видят также выдвижение на руководящие должности лиц не по профессиональным качествам, а по личной преданности. Таким образом, основываясь на совокупном мнении участников исследования 2013, можно отметить, что главные причины низкого уровня профессионализма государственных служащих следует искать в недостатках кадровой политики, проводимой в государственных органах.

Это, в целом, подтверждается сопоставлением аналогичных материалов предыдущих исследований различных проблем функционирования и развития государственной службы Российской Федерации, полученных в рамках мониторинговых наблюдений. В настоящее время в результате анализа всех полученных в ходе проведенных исследований материалов, можно выделить следующие направления мониторинга основных направлений кадровой политики в государственных органах:

- мотивация поступления граждан на государственную гражданскую службу;
- мотивация профессионального развития государственных гражданских служащих и оценка его компонентов;
- оценка кадрового потенциала государственных органов и проблем его развития;
- оценка эффективности государственной кадровой политики в системе государственной гражданской службы;
- оценка эффективности мер, методов, технологий реализации кадровой политики в государственных органах;
- оценка эффективности управления персоналом в государственных органах;
- оценка эффективности государственных программ в области кадровой политики: резерв управленческих кадров, ротация и др.
- совершенствование и развитие различных системных, организационных и институциональных аспектов функционирования государственной гражданской службы: социальная среда, организационная/корпоративная культура, конфликты (в т.ч. конфликты интересов), лоббизм и др.
- оценка состояния проблем негативных проявлений на государственной гражданской службе и эффективности мер по противодействию им: бюрократизм, взяточничество, коррупция и др.

Все перечисленные направления мониторинга проблем кадровой политики в государственных органах, так или иначе, представлены в тематике научных интересов и исследований ученых кафедры государственной службы и кадровой политики ИГСУП РАНХиГС. Тем не менее, осуществление масштабных исследовательских проектов, к которым относится мониторинг проблем кадровой политики в государственных органах, нуждается в поддержке со стороны руководства академии, во включении в финансируемые планы НИР на достаточно длительный период, от 3 до 5 лет, который позволит в полной мере реализовать исследование кадровой политики в государственных органах на мониторинговом методическом обеспечении.

С.Н. Макаров

ОБЪЕКТИВИЗАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ХАРАКТЕРИСТИК ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ

МАКАРОВ Сергей Николаевич – кандидат социологических наук, доцент, Смоленский филиал РАНХиГС. E-mail: snmak75@mail.ru

Институт государства, как и любая подобная социальная конструкция, призван обслуживать потребности общества. В качестве одного из важных аспектов, обеспечивающих эффективность деятельности социального института, выступает характер отношений, в которые вступают материальные носители институциональных функций, в нашем случае – сотрудники органов государственной власти. В исследовании мы сконцентрируемся на исполнительных органах государственной власти. Это связано с ярко выраженным организационным построением данной ветви государственной власти, менеджерским характером отношений и широким срезом контактов с населением – потребителями государственных услуг.

Если описывать характер изучаемых взаимодействий, то это управленческие взаимодействия, а если говорить о социальных субъектах этой активности, то это индивиды, являющиеся носителями статусных наборов: руководитель, подчиненный.

Качество управленческих взаимодействий зависит от характеристик индивидов, вступающих в эти взаимодействия. Эти характеристики имеют социально-психологическое происхождение, в основании которого находятся ментально обусловленные свойства индивидов.

Оценка значимости данных характеристик может реализовываться в двух направлениях. Первое направление анализа целесообразно проводить, исходя из вторичного анализа данных уже проведенных социологических исследований и собранных статистических данных. [1] Второе направление – определение социальных показателей, их степени значимости для участников управленческих взаимодействий – должно быть результатом проведения отдельного социологического исследования.

В настоящее время традиционными показателями объективности социологических данных являются следующие характеристики респондентов: пол, возраст, организационный статус, уровень образования, профессиональный стаж. Нельзя не упомянуть и религиозную принадлежность как характеристику, объективно существующую в мультикультурном (и поликонфессиональном) обществе.

Важным этапом при сборе эмпирического материала является выбор метода, который позволит оценить степень влияния каждой из характеристик. Современная социологическая наука обладает целым набором методик, которые в зависимости от исследовательской целесообразности способствуют сбору объективной информации. Исходя из оперативной целесообразности, наиболее адаптивным, на наш взгляд, является метод экспертных оценок.

В нашем случае мы сформировали две группы экспертов. В первую группу вошли индивиды – сотрудники органов исполнительной власти, которые занимают в организации управленческие должности и, таким образом, являются перманентными активаторами актов управления. Во вторую группу были включены индивиды – сотрудники органов исполнительной власти, которые не являются

руководителями, но, безусловно, влияют на управленческую практику, и во многом от них зависит техническое исполнение управленческой воли.

Результаты исследования показали значимость выделенных социальных характеристик для анализа управленческих взаимодействий. Данные, полученные от респондентов, занимающих руководящие должности, продемонстрировали следующее распределение (рис. 1).

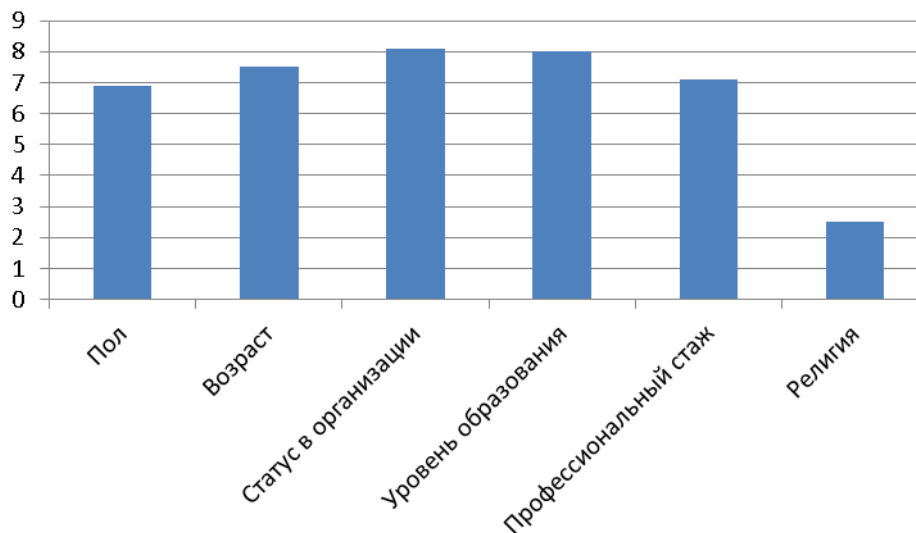


Рисунок 1 – Распределение данных социальных характеристик экспертов.
Горизонтальная ось – социальная характеристика.
Вертикальная ось – количество баллов.

На рис. 1 видно, что значимыми показателями обладают все исследуемые характеристики, за исключением показателя «религиозная принадлежность». Во многом это соответствует распространенным представлениям статистически значимого большинства управленцев-практиков об универсальности процесса управления, светскости государства и приоритете традиционных моделей управленческих взаимодействий в системе органов исполнительной власти.

Данные, полученные от экспертов, занимающих неруководящие должности, продемонстрировали следующее распределение (рис. 2).

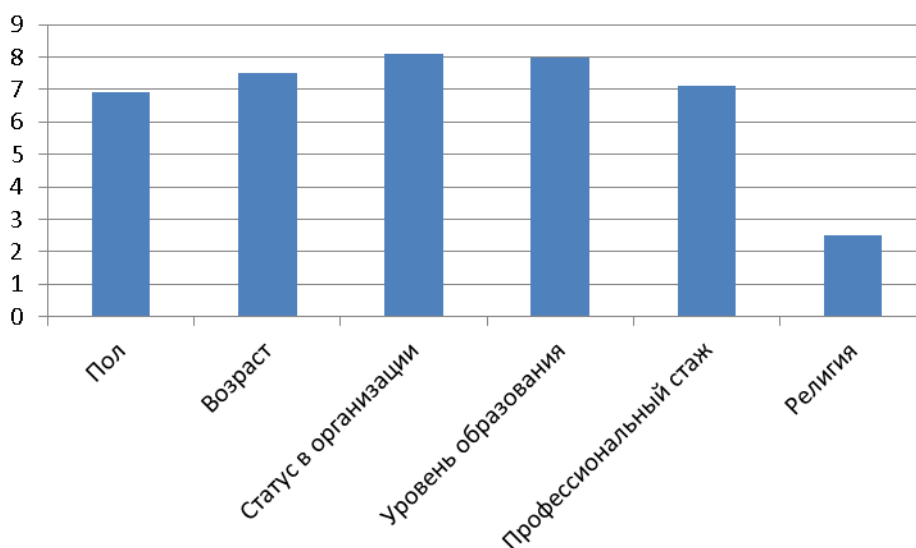


Рисунок 2 – Распределение данных социальных характеристик экспертов.

Горизонтальная ось – социальная характеристика.

Вертикальная ось – количество баллов.

При сравнении данных, представленных на обоих рисунках, можно сделать вывод, что принципиальных различий между точкой зрения руководителей и подчиненных не отмечается. Во многом это обусловлено общей организационной культурой, в которую включены респонденты. Однако в нашем исследовании важным является то, что эти показатели социальных характеристик экспертов коррелируют между собой и, таким образом, мы можем преобразовать два блока данных в некую сводную совокупность, которая достоверно отражает важные социальные характеристики субъектов управленческих взаимодействий (Рис. 3).

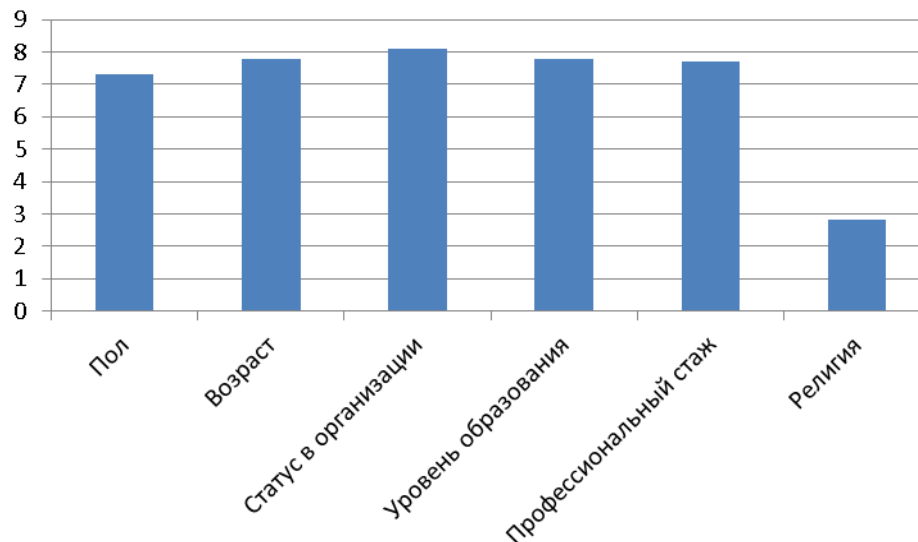


Рисунок 3 – Сводные данные социальных характеристик экспертов.

Горизонтальная ось – социальная характеристика.

Вертикальная ось – количество баллов.

Таким образом, иерархия значимости социальных характеристик сотрудников органов исполнительной власти имеет следующую последовательность (последовательность формируется по принципу: от более значимой характеристики к менее значимой):

- 1 Статус в организации.
- 2 Уровень образования, возраст.
- 3 Профессиональный стаж.
- 4 Пол.
- 5 Религиозная принадлежность.

Из данного перечня целесообразно исключить такую социальную характеристику как «религиозная принадлежность», так как она не обладает статистически значимыми показателями при эмпирической проверке.

Результаты данной работы могут быть использованы при подготовке методологических основ социологических исследований органов исполнительной власти. Также данные закономерности можно применять в системе кадровой работы, например, в ходе комплектования рабочих коллективов.

Литература

- 1 Федеральный портал управленческих кадров; <http://rezerv.gov.ru>.

Г.В. Макарова
СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГРАЖДАНСКОГО СЛУЖАЩЕГО КАК ОДИН ИЗ КРИТЕРИЕВ
КОНКУРСНОГО ОТБОРА

МАКАРОВА Галина Владимировна – кандидат социологических наук, доцент Брянского государственного университета, E-mail: mackarova.gal@yandex.ru

Для решения глобальных задач, стоящих в настоящее время перед органами государственной власти всех уровней необходимо обеспечить эффективное государственное управление. Вполне закономерно 7 мая 2012 г. Президент Российской Федерации В.В. Путин подписал Указ № 601 «Об основных направлениях совершенствования системы государственного управления».

Данным документом определены основные направления дальнейшей работы по реформированию и развитию государственной гражданской службы. Одна из главных задач – создание высокопрофессионального корпуса государственных служащих.

Сегодня руководителям органов государственной власти, сотрудникам кадровых служб и самим государственным служащим важно осознать, что, государственная гражданская служба – не просто вид профессиональной деятельности, область самореализации личности, но и служение обществу и государству, которое требует, прежде всего, гражданской сознательности, наличия нравственных и гражданских качеств у гражданских служащих. В числе таких качеств можно упомянуть демократическую ориентацию как понимание необходимости защиты интересов граждан, а не неких абстрактных «высших интересов» и тем более своих личных и корпоративных, обязанности служить людям, а не господствовать над ними, открытость контролю со стороны общественности, институтов гражданского общества и т.д.

В современных условиях государственная гражданская служба исполняет социально-сервисную функцию. Это превращает государственных гражданских служащих в социальную страту потенциальных носителей новой национальной субъектности – особого сословия, противостоящего как бизнесу, так и политической элите. Исполнение данной функции приводит государственных гражданских служащих к осознанию собственного положения, адекватного перспективам административной реформы, оно в большей степени сформировано у государственных гражданских служащих, чем у прочих социальных групп.

По результату опроса гражданских служащих, в качестве ведущих мотивов при прохождении государственной гражданской службы 63,6% респондентов указали стремление полнее реализовать свои профессиональные качества, 52,7% – желание принести реальную пользу обществу своим трудом, 27,2% – стремление защищать законные интересы граждан¹¹.

Таким образом, государственная гражданская служба – не просто вид профессиональной деятельности, область самореализации личности, но и служение обществу и государству, которое требует, прежде всего, гражданской сознательности, наличия нравственных и гражданских качеств у гражданских служащих. В числе таких качеств можно упомянуть демократическую ориентацию как понимание необходимости защиты интересов граждан, а не неких абстрактных «высших интересов» и тем более своих личных и корпоративных, обязанности служить людям, а не господствовать над ними, открытость контролю со стороны общественности, институтов гражданского общества и т.д.

При формировании кадрового состава гражданских служащих важно использовать как внутренние так и внешние ресурсы.

¹¹Материалы, полученные лично автором в результате социологического опроса методом анкетирования 533 респондентов, проведенного в мае-сентябре 2009 г. среди государственных гражданских служащих Брянской области.

Мобильность внутреннего рынка труда обусловлена профессиональными качествами работников, которые позволяют им приобрести статус трудно заменимых специалистов, которых сложно найти на открытом (внешнем) рынке труда, т. е. таким путем формируется специфический социальный капитал, главной составной частью которого становится формирование качеств профессионального эксперта, идентифицирующего себя с интересами государства и общества, но не с конкретными идеологиями, политическими силами и движениями. На этом основании можно говорить о государственной гражданской службе как о корпоративной структуре, в которой чиновники становятся эффективными, мобильными, компетентными и мотивированными. Совпадение составляющих характеристик эффективной бюрократии и развитости внутреннего рынка труда определяет специфику государственной гражданской службы, так как именно в структуре государственной гражданской службы велика доля специфического социального капитала, накапливаемого человеком в процессе работы в системе государственного управления.

Необходимо отметить, что с началом реализации административной реформы, в ходе реформирования и развития государственной гражданской службы изменились принципы и процедуры отбора кадров. Активные формы рекрутирования, переход от патримониального (управление на основе лояльности), способа рекрутирования – к конкурентному¹² обусловили позитивность изменений, которая обозначена, во-первых, селекцией квалифицированных кадров и высокой результативностью труда, во-вторых, процедуры отбора обеспечивают чиновнику относительную автономию, препятствуют созданию замкнутых кланов, расширяют взаимоконтроль и ориентируют государственных гражданских служащих на интересы государства. В-третьих, с помощью конкурсного отбора реализуется равный доступ к государственной гражданской службе, что дает возможность формировать корпус профессиональных государственных гражданских служащих, которые способны динамично развиваться, оказывать качественные услуги гражданам Российской Федерации. Однако на некоторые должности гражданской службы категории «руководители», категории «помощники (советники)» назначение осуществляется без конкурса. Подходы к назначению государственных гражданских служащих на должность через конкурсные процедуры и путем прямого назначения на должность минуя процедуры отбора позволяют заключить, что процесс мобильности в транзитивном российском обществе соответствует двум основным началам служебного продвижения: меритократическому и патримониальному.

Таким образом, внедрение конкурсных процедур преобразует внутренний рынок труда бюрократической организации в корпоративную, закрытую систему, данные процедуры решают проблему оппортунизма в поведении работников. Все это подтверждает гипотезу о формировании специфического профессионального капитала в системе государственного управления, реализации принципа долгосрочной карьеры. В связи с внедрением конкурсных процедур, усиливаются профессиональные барьеры входа в систему государственной службы.

Одно из требований сегодняшнего дня, обозначенных в Указе Президента Российской Федерации № 601, это внедрение новых принципов кадровой политики, предусматривающих в том числе создание объективных и прозрачных механизмов конкурсного отбора кандидатов на замещение должностей государственной гражданской службы, включая проведение дистанционных экзаменов с использованием информационно-коммуникационных сетей и информационных технологий и формирование единой базы вакансий. Это задача, решение которой требует комплексного и системного подхода не только от сотрудников кадровых служб органов государственной власти и специализированных учебных заведений.

Необходимо отметить, что по данным социологических исследований, организации, прямоотносящиеся к сфере государства, в большей степени ориентированы на традиционные технологии работы с кадрами (

¹²Аширов Д.А. Организационное поведение. – М.: Проспект, 2006; Гребениченко С.Ф., Фролов Б.И., Ефанова О.А. Расчет потребности в обучении государственных служащих исполнительных органов власти РФ // Социология власти. №3. Кадровая политика в государственной службе. – М.: РАГС, 1997.

аттестация, квалификационный экзамен, конкурс), то есть непрерывный процесс профессионализации и кадрового контроля качества кадрового потенциала организации».¹³

С началом административной реформы установление нормативно обоснованных квалификационных требований к государственным служащим приводит к повышению профессионализма работников на внутреннем рынке труда, одновременно появляется возможность для притока в систему новых работников.

Результаты исследования, проведенного автором, при оценке профессиональных и деловых качеств граждан при приеме и продвижении на государственной гражданской службе необходимо оценивать такие качества, как высокий уровень профессионализма – указали 88,4% респондентов, способность к инновациям – 45,2%, соблюдение прав и законных интересов граждан – 52,2%, способность качественно оказывать услуги населению – 42,6%, творчество, талантливость работников – 22,3%.

Период прохождения государственной гражданской службы принято подразделять на ряд этапов, каждый из которых имеет свою характеристику и представляет соответствие уровня квалификации работника уровню управления, опыту его служебной деятельности, способности профессионально решать стоящие перед ним задачи.

С момента поступления на государственную гражданскую службу начинается адаптационный этап, который носит ярко выраженный приспособительный характер.

Традиционно специалисты кадрового менеджмента выделяют три основные составляющие адаптационного процесса:

- профессиональную адаптацию;
- социальную адаптацию;
- психологическую адаптацию.

Профессиональная адаптация заключается в освоении профессиональных навыков, уяснении специфики работы, а также формировании профессионально необходимых качеств личности, положительного отношения к своей работе.¹⁴

С момента поступления на гражданскую службу начинается адаптация к правилам и освоению долговременной перспективы карьерного роста внутри организации. Происходит социализация индивида в новой профессиональной среде. Период освоения гражданскими служащими новой должности требует от руководителей государственных органов, кадровых служб, опытных служащих оказания всемерной поддержки новичкам в их профессиональном становлении, освоении норм и правил поведения, применения по отношению к ним наставничества.

Для этапа высокопрофессионального исполнения должности государственной гражданской службы характерно глубокое знание служащим особенностей своей должности, ее функции, технологий исполнения, высокий уровень профессионализма в выполнении служебных обязанностей. Применительно к этой категории государственных гражданских служащих, составляющих основу кадрового состава государственной гражданской службы, необходимо применять различные формы стимулирования их служебной деятельности. На этом этапе происходит перемещение по горизонтали и вертикали. Кадровые службы обязаны обеспечить профессиональное развитие данной категории государственных гражданских служащих. Это возможность переподготовки, повышения квалификации, включение в кадровый резерв. Данные меры позволят государственному гражданскому служащему расти в профессиональном отношении, а государственному органу получить максимальную отдачу от

¹³Турчинов А.И., Магомедов К.О. Современные проблемы кадровой политики и управления персоналом в России. Социологический анализ: Монография. – М.: Изд-во РАГС, 2009. – С. 41.

¹⁴ Макарова И.К. Управление человеческими ресурсами: уроки эффективного HR-менеджмента.-М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013.С.104.

честного и добросовестного выполнения государственными гражданскими служащими служебного долга.

Важно обеспечить инновационный подход гражданских служащих к исполнению своих обязанностей, что позволит служащим, которые обладают повышенным уровнем интеллектуального развития, нестандартно подходить к решению насущных задач, предлагать и внедрять прогрессивные формы и методы работы в управленческую деятельность.

В качестве ведущего признака понятия «государственная гражданская служба» выделяется профессиональная деятельность, осуществляемая на основе специальных знаний и навыков, которая означает непрерывное и компетентное обеспечение полномочий государственных органов лицами, находящимися на должностях государственной гражданской службы. Деятельность чиновников становится эффективной и мотивированной в случае, когда социальные лифты способствуют карьерному росту. Одним из таких лифтов является повышение профессионализма, профессиональной компетентности.

Опыт практической работы автора в сфере кадровой службы подтверждает, что при отборе кадров необходимо разделять формальный профессионализм, критерии которого закреплены законодательством в виде квалификационных требований к должности, и реальный профессионализм, предполагающий повышенную социальную ответственность государственного гражданского служащего. Оценка формального профессионализма не представляет трудностей при проведении конкурсных процедур, но формальный подход не отражает реальных способностей госслужащих и не должен быть решающим при отборе кадров. «Нельзя оценивать состояние кадров гражданской службы на основе только формализованных показателей (возраст, образование, стаж работы, пол). Необходимо выявлять способности работников эффективно выполнять возложенные на них функции, права, обязанности».¹⁵

Объективная оценка знаний, навыков и умений граждан при поступлении на гражданскую службу и ее прохождении является одним из условий формирования профессионального состава кадров государственной службы..

Литература

- 1 Аширов Д.А. Организационное поведение.- М.: Проспект, 2006.
- 2 Гребениченко С.Ф., Фролов Б.И., Ефанова О.А. Расчет потребности в обучении государственных служащих исполнительных органов власти РФ// Социология власти №3. Кадровая политика в государственной службе.- М.: РАГС, 1997.
- 3 Турчинов А.И., Магомедов К.О. Современные проблемы кадровой политики и управления персоналом в России. Социологический анализ: Монография. – М.: Изд-во РАГС, 2009.
- 4 Макарова И.К. Управление человеческими ресурсами: уроки эффективного HR-менеджмента.-М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013.
- 5 Макарова И.К. Управление человеческими ресурсами: уроки эффективного HR-менеджмента.-М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2013.
- 6 Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы// Государственная служба.2007, № 5 (49). С. 39.
- 7 Барциц И. О перспективах научных исследований государственной службы Российской Федерации // Государственная служба. 2007, №3(47). С.65.

¹⁵Магомедов К. Проблемы формирования позитивного имиджа государственной службы// Государственная служба. 2007, №5(49). С.39; Барциц И. О перспективах научных исследований государственной службы Российской Федерации// Государственная служба. 2007, №3(47). С.65

Э. В. Намруева
**СОЦИАЛЬНЫЙ КОНТРОЛЬ В КОММУНИКАТИВНОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ
ВЛАСТИ И ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА.**

НАМРУЕВА Эльвира Викторовна – адъюнкт Академии управления МВД России. E-mail: elienamr@mail.ru

Коммуникативное взаимодействие в системе государственного управления может осуществляться через каналы информационного взаимодействия: «... коммуникация через неформальные каналы; коммуникация через организации; коммуникация через средства массовой информации» [1]. Особую роль в распространении информации в современном российском обществе играют СМИ, являющиеся основным каналом информирования в системе государственного управления: «... с их помощью государство и другие политические субъекты могут не только информировать население о целях и ценностях своей политики, но и моделировать отношения с общественностью, касающихся формирования представительных органов власти и правящих элит» [2].

Отличительной особенностью аудитории в государственном управлении является то, что общественность стремится знать о деятельности государства все, в силу того, что эта деятельность постоянно затрагивает те или иные интересы общества: «... для государственного управления характерен особый стиль отношений с общественностью и средствами массовой информации, определяемый обоснованным стремлением общественности знать через СМИ все, что происходит в государственных учреждениях» [3]. Общественность и средства массовой информации заинтересованы в постоянном поступлении информации о деятельности органов власти различных уровней. Государство же, обладая эксклюзивной и востребованной информацией, получает таким образом «... большие ресурсы влияния на процессы, на среду, в которой действуют СМИ» [4].

За последние десятилетия российские СМИ значительно изменились. Резкий переход закрытого советского общества к гласности существенно повлиял на процесс их развития. Специфическими чертами современного российского медиапространства являются, *во-первых*, нахождение СМИ в эпицентре общественной жизни, *во-вторых*, появление огромного количества новых СМИ, что повышает конкуренцию в борьбе за внимание аудитории, *в-третьих*, увеличение развлекательного сектора с сопровождающимся понижением культурной тональности.

Современные исследователи различают две модели российских средств массовой информации – инструментальную и модель «четвертой власти»: «... первая рассматривает СМИ как инструмент политики, отрицая их самостоятельность, независимость. Последняя отражает процессы становления в России открытого общества, составными частями которого являются гражданское общество, правовое государство и рыночное хозяйство» [5].

Главной функцией СМИ является коммуникативная: «... если они обеспечивают диалог сторон, открытость намерений, культуру общения и равноправные позиции в информационном обмене. ... Но если нет диалога, обратной связи, информационные процессы становятся односторонними, а коммуникативная функция «усыхает»» [6]. Функционирование СМИ в режиме диалога определяется типом политической системы, степенью развития гражданского общества, законодательством, которое регулируют отношения между властью, обществом и средствами массовой информации.

Периодичность и характер освещения проблем общества средствами массовой коммуникации влияет на общественное беспокойство. Люди, получая информацию в основном через СМИ, оценивают события и проблемы общества, затрагиваемые в эфире телеканалов и радиостанций, на страницах газет и журналов, как важные и значимые. Именно так СМИ могут контролировать и формировать общественные приоритеты, подтверждая теорию «установки пунктов повестки дня». Влияние СМИ имеет многоканальный характер: «... люди в большинстве своем подвержены влиянию всего информационного поля, а не только одного конкретного СМИ» [9]. Процесс информационного

обмена между СМИ и аудиторией носит, безусловно, двусторонний характер, когда реципиент является активным участником коммуникации, проявляя «... социальную активность в информационных процессах общества, в частности в создании определенного общественного мнения по разным значимым для общества и его членов вопросам...» [10].

В современном обществе СМИ являются информационной площадкой для диалога власти и общества – предоставляется слово всем, кто хочет высказать свое мнение о решении той или иной актуальной общественной проблеме. Обсуждение, защита, оценка, фальсификация, выдвижение предложений – все эти процессы имеют место быть в СМИ, которые мобилизуют общество в отношении социальной проблемы. Таким образом, СМИ не только транслируют обществу решения властей, но и доводят мнение общества до властей. Выполнение СМИ своей коммуникативной функции зависит от масштабов публичности общественной жизни в стране. Чем выше уровень публичности, тем шире диалог между различными общественными силами, тем большую роль играют СМИ в решении социальных проблем. От того, что произойдет во время этих процессов, во многом зависит судьба социальной проблемы. Привлечение внимания общества решает многое.

Нельзя сказать, что на сегодня органы государственной власти воспринимают СМИ как полноправного партнера в решении общественных проблем. Функция контроля со стороны СМИ выступает лишь как содействие государственной власти в борьбе против негативных общественных явлений. Тем не менее, отечественные СМИ выступают в современном обществе как самостоятельные социальные институты, в какой-то мере свободные от прямого правительственного вмешательства, имеющие право публично контролировать деятельность судебной, законодательной и исполнительной ветвей власти. Этот статус повышает ответственность СМИ перед обществом и гражданином.

Контрольная функция СМИ основывается на авторитете общественном мнения. Контроль СМИ принято считать более эффективным, потому что СМИ, помимо юридической оценки, дают публичную моральную оценку лицам, событиям, процессам: «... СМИ не только критикуют недостатки в политике и обществе, но и выполняют конструктивную функцию артикуляции различных общественных интересов, конституирования и интеграции политических субъектов. Они обеспечивают представителям различных общественных групп возможность публично выражать свое мнение, находить и объединять единомышленников, спланировать их общностью целей и убеждений, четко формулировать и представлять в общественном мнении свои интересы» [11]. С одной стороны, функция социального контроля СМИ осуществляется как публичный контроль за реализацией управленческих функций органов исполнительно-распорядительной власти. По мнению А. Б. Зверинцева, «... СМИ способствуют развитию и укреплению общественной солидарности, достижению консенсусных отношений между гражданским обществом и его политической системой» [12]. С другой, СМИ как социальный институт доводит до властей информацию о жизненно важных интересах общества. Таким образом, СМИ является инструментом обратной связи между обществом и властью.

Литература

- 1 Шварценберг Р. Ж. Политическая социология. М., 1992. С. 175
- 2 Соловьев А. И. Политология: политическая теория, политические технологии. М., 2000. С. 402.
- 3 Межиева А. К. Политико-коммуникативный аспект во взаимодействии государства и общества в современной России // Вестник Российского государственного гуманитарного университета. 2001. № 1. С. 144.
- 4 Связи с общественностью в политике и государственном управлении. М., 2001. С. 302.
- 5 Засурский Я. Н. Средства массовой информации России. М., 2008. С. 176.
- 6 Боков М. Б. Коммуникативная функция СМИ // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2009. № 5. С. 31.
- 7 Задорин И. В., Стребков Д. О., Халкина Е. В. СМИ и политика в России. Социологический анализ роли СМИ в избирательных кампаниях. М., 2000. С. 107-108.

- 8 Богомолова Н. Н. Социальная психология печати, радио, телевидения. М., 1991. С. 22.
- 9 Данилюк Л. В. Эффективность воздействия СМИ на общественное сознание // Каспийский регион: политика, экономика, культура. Астрахань. 2008. № 3. С. 68.
- 10 Зверинцев А. Б. СМИ как институт социального контроля // Научные труды Северо-западного института управления. М., 2012. т. 3. № 2. С. 39.

А.С. Никитина

ЦЕННОСТНЫЕ УСТАНОВКИ И ОРИЕНТАЦИИ НА ИННОВАЦИОННУЮ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ СОВРЕМЕННЫХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ: ЭПОХА ПЕРЕМЕН

НИКИТИНА Алена Сергеевна – Ассистент кафедры управления персоналом Уральского института – филиала РАНХиГС. E-mail: star-of-russia@yandex.ru.

В современном общественном сознании, равно как и в умонастроениях самих государственных гражданских служащих, укоренились стереотипы в видении образа государственного служащего как исполнителя-функционера, осуществляющего свою профессиональную деятельность в рамках административных, должностных регламентов и четких указаний. В конечном счете, все это оборачивается тем, что сама постановка проблемы – инновации в государственном гражданском управлении и инновационной деятельности государственных служащих воспринимается как нонсенс.

Вместе с тем, современная практика управления в профессиональной деятельности государственных служащих разрушают эти установки. Современные исследователи отмечают теоретико-методологическую ограниченность образа «чиновника-функционера», деятельность которого проходит вне поля инноваций, подчеркивают стремительное проникновение тенденций менеджмента и инновационных технологий в государственное управление.

В профессиональной деятельности современного государственного служащего, наряду с традиционными аспектами деятельности, уже активно проявляются различные формы работы с инновациями. С одной стороны, эта деятельность связана с внедрением тех инноваций, которые предписаны «сверху». С другой стороны, служащему также приходится производить изменения в той среде, в которой он сам находится и самостоятельно создавать инновационные решения «снизу». Эти процессы проходят в условиях постоянных изменений, в ситуациях оперативного принятия решений, где нужен новый подход в работе, требующий гибкого поведения и склада ума. В связи с этим, реальная практика управления актуализирует необходимость изучения соотношения традиционных и инновационных аспектов в деятельности современных государственных гражданских служащих.

Важно отметить, что сегодня становится актуальным определение самого содержания внедряемых инноваций на государственной службе. Инновации в их классическом представлении и понимании, в отличие от коммерческих организаций, имеют свою специфику в государственном управлении. Бюджетирование по результатам; проектный менеджмент, превентивное и стимулирующее управление, электронный документооборот, компетентностный подход, разработка профессионально-психологических моделей должности, критерии оценки и стимулирования деятельности государственного служащего в зависимости от результатов, введение эффективного контракта – эти инновационные технологии становятся реальностью повседневной профессиональной деятельности современных российских государственных служащих. При этом, внедрение инноваций приводит к изменениям самой социально-профессиональной группы государственных служащих, смене ценностных ориентаций и установок. Таким образом, выше сформулированные практические и теоретические проблемы представляют собой социологическую актуальность рассматриваемой темы и необходимость ее анализа.

Само слово новация произошло от латинского «novatio», что в переводе означает обновление, перемену. Под «новацией» (новшеством) в общем смысле стоит понимать новый продукт, услугу, технологию, внедряемую в социальную среду.

Ключевые направления инновационного преобразования системы государственного гражданского управления и деятельности государственных гражданских служащих России обозначены нормативно. В частности, в *Концепции Административной реформы РФ* [4] указываются такие инновации, как применение процедур управления по результатам, «модернизация системы информационного обеспечения органов исполнительной власти, обеспечение информационной открытости, и др. [4]. К числу законодательных норм, определяющих инновационное преобразование современной государственной гражданской службы, мы также относим Федеральную программу «*Реформирования и развития системы государственной службы Российской Федерации (2009 – 2013 год)*» [5]. К ключевому инновационному направлению программы мы относим внедрение эффективных «кадровых, образовательных, информационных и управленческих технологий с целью повышения профессиональной компетентности, мотивации государственных служащих и обеспечение условий для увеличения результативности их профессиональной служебной деятельности» [5]. Вектор инновационного развития системы государственной гражданской службы также определен в *Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.* [7], где делается акцент на инновационную социально ориентированную модель развития социально-экономических и политических сфер жизнедеятельности. В Стратегии четко оговариваются ключевые направления инновационного развития государственной службы: «в системе государственного управления постепенно внедряются инновации, включающие предоставление государственных услуг в электронной форме и электронное правительство» [7]. Стратегия также четко обозначила проблему кадровых инноваций на государственной службе.

Итак, анализ нормативно-правовых актов, а также результаты, полученные в ходе экспертного опроса, позволили нам определить виды инноваций на государственной службе, спускаемые нормативно «сверху». Мы классифицируем их на информационно-технологические и социально-организационные нормативно-санкционированные инновации.

Информационно-технологические инновации – это набор технологий, целью которых является автоматизация и компьютеризация производственных, документационных, кадровых процедур на государственной гражданской службе. *Социально-организационные нововведения* на государственной службе включают в себя *социально-кадровые инновации*, которые направлены на внедрение новых управленческих технологий в сфере оптимизации кадровых процедур на государственной службе. *Социально-организационные инновации* направлены комплексную оптимизацию системы государственной гражданской службы в таких направлениях, как повышения качества предоставляемых государственных услуг, ориентация на проектную деятельность и т.д.

Нами выявлено, что существует **комплекс социально-психологических факторов, сопутствующих успешному протеканию внедрения инновационных технологий** в деятельности социально-профессиональной группы государственных гражданских служащих: личная заинтересованность членов группы в работе с внедряемыми инновациями; корпоративность гражданских служащих как ресурс принятия «нужных» группе инноваций; наличие четких механизмов, алгоритмов и инструкций по исполнению спускаемых сверху инноваций, удовлетворенность в работе в виду ее облегчения и видимости положительных результатов от внедряемой инновации, положительная оценка руководства за овладение и усвоение инновации влекущее поощрение; положительные ценностно-мотивационные установки и ориентации на принятие инноваций; готовность к новому.

К факторам, препятствующим успешному внедрению инноваций, мы относим: отсутствие личной заинтересованности к внедряемым инновациям; управленческий саботаж в ответ на внедряемые инновации, отсутствие четких механизмов, алгоритмов и инструкций по исполнению спускаемых сверху инноваций, неудовлетворенность в работе, вызванная сложностью и труднореализуемостью внедряемой инновации, отрицательная оценка руководства за неполное овладение и непонимание инноваций, влекущее применение санкции и штрафов, отрицательные ценностно-мотивационные установки и ориентации на принятие инноваций.

Для апробации полученных теоретических выводов нами проведено социологическое эмпирическое исследование. Автором был проведен анкетный опрос государственных гражданских

служащих Свердловской области (n=375) с квотной выборкой, параметры которой основывались на признаках «должность», «стаж работы в органах государственной власти», «возраст», «пол», проведенный в тридцати одном органе исполнительной власти Свердловской области. В добавлении, была организована и проведена фокус-группа с элементами ролевой игры среди специалистов Департамента по труду и занятости населения Свердловской области.

В условиях *адаптации к спускаемым «сверху» инновациям* мы выявили следующие традиционные и инновационные аспекты деятельности служащих:

- 1 Установлено, что современным государственным служащим приходится работать с новыми информационно-технологическими, кадровыми и социально-организационными инновационными технологиями, закрепленными нормативно, что, безусловно, является ключевым инновационным аспектом их нынешней профессиональной деятельности. Наиболее «популярными» и уже «встроенными» являются информационно-технологические инновации, в частности, система электронного документооборота. Но государственные служащие, привыкшие к традиционным формам и методам работы, в большей степени не поддерживают эти инновации, ссылаясь на их сложность и затратность. Количество одобряющих внедряемые инновации сводится лишь к одной трети, что означает, что служащие не хотят изменений в своей работе.
- 2 Нами обнаружено проявление у членов социально-профессиональной группы готовности к исполнению внедряемых инноваций, но с важным условием: при отсутствии серьезных негативных изменений в жизни группы, а также на основе позитивного эмоционального восприятия всего нового, что, безусловно, является важным инновационным аспектом деятельности служащих.
- 3 Ключевые аспекты традиционного и инновационного были выявлены при анализе адаптационных форм к внедряемым сверху инновациям у государственных служащих. Аспекты инновационного поведения проявляются в условиях *активного принятия инноваций*, когда в условиях реальной поддержки – как вышестоящим руководством, так и коллегами, государственные служащие реально, а не мнимо принимают их, проявляя готовность к освоению новых технологий и методов работы. Аспекты инновационного в меньшей степени, но все же выявлены также в условиях адаптационной формы *пассивного принятия инноваций*, при которой в условиях сильных внешних побуждений государственные служащие пассивно (мнимо) принимают инновации, лишь приспособившись к изменяющимся условиям. Аспекты традиционного поведения обнаружены в адаптационных формах *пассивного и активного неприятия инноваций*. В первом случае, государственные служащие, внешне соблюдая все правила и нормы, по существу лишь «оттягивают время», проявляя инновационное самоотчуждение и демонстративную неготовность к инновациям. Во втором случае, появляется острая форма неприятия инноваций в виде их игнорирования, а порой и радикального сопротивления, выливающегося в управленческий саботаж. На наш взгляд, доминирующей адаптационной моделью государственных гражданских служащих в современной действительности является модель пассивного принятия инноваций.
- 4 Выявлены условия, которые способствуют успешному внедрению инноваций. Выяснилось, что сегодня недостаточно развиты необходимые материально-техническая и информационно-технологическая база для успешного освоения внедряемых инноваций, не налажены коммуникационные связи между инициатором внедрения и исполнителем инноваций.

Складывающаяся картина, таким образом, свидетельствует о том, что традиционализм в профессиональной жизни государственных служащих до сих пор играет немало важную роль. Однако проявление инновационных аспектов все же заставляет принять тот факт, что процессы

инноватизации государственной службы постепенно приобретают положительную динамику. Сегодня уже наблюдается изменение стилей и форм мышления, поведения, установок и ценностных ориентаций членов социально-профессиональной группы в отношении создания инноваций в профессиональной деятельности, что подтверждено результатами наших исследований.

Мы выделяем следующие основные направления для усовершенствования процедуры адаптации к внедряемым инновациям:

- 1 Целевым группам внедрения инноваций разработать детальную программу внедрения инноваций на государственной службе с определением субъекта и объекта внедрения, скорости внедрения инноваций, времени, затраченного на ее внедрение, и детализация механизма ее внедрения, а также системой координации и контроля ее исполнения.
- 2 Целевым группам внедрения инноваций осуществлять анализ как существующих, так и потенциальных организационно-управленческих, материальных и кадровых проблем, возникающих при внедрении инноваций на государственной службе; осуществить оценку доли потерь рабочего времени, связанного с временными затратами на усвоения инновационных технологий в своей работе;
- 3 Руководителю государственного учреждения совместно с целевой группой внедрения инноваций организовать оперативный информационный обмен между управленческими уровнями, а также создать экспериментальные условия для внедрения инноваций.

Литература

- 1 Александрова Т.Л. Государственный служащий: дилеммы профессионализма. // Реформирование государственной службы в России: проблемы и пути их решения. Материалы Международной научно-практической конференции. – Екатеринбург: УрАГС, 2002.
- 2 Никитина А.С. Факторы, определяющие специфику инновационной деятельности государственных гражданских служащих [электронный ресурс] // Дискуссия. Выпуск: №4 (34) апрель 2013; <http://journal-discussion.ru/publication.php?id=133> (Дата обращения: 05.01.2014).
- 3 О государственной программе Российской Федерации «Информационное общество (2011–2020 гг.): Распоряжение Правительства РФ от 20.10.2010 N 1815-р (ред. от 20.07.2013) // Собрание законодательства РФ, 15.11.2010, N 46, ст. 6026.
- 4 О Концепции административной реформы в Российской Федерации в 2006–2010 гг.: распоряжение Правительства РФ от 25.10.2005 N 1789-р (ред. от 10.03.2009) // Собрание законодательства РФ. 14.11.2005. № 46, ст. 4720.
- 5 О федеральной программе «Реформирование и развитие системы государственной службы Российской Федерации (2009–2013 гг.): Указ Президента РФ от 10.03.2009 № 261 (ред. от 10.08.2012) // Собрание законодательства РФ. 16.03.2009, № 11, ст. 1277.
- 6 О федеральной программе «Реформирование и развитие системы государственной службы Российской Федерации (2009–2013 гг.): Указ Президента РФ от 10.03.2009 № 261 (ред. от 10.08.2012) // Собрание законодательства РФ. 16.03.2009, № 11, ст. 1277.
- 7 Об утверждении Стратегии инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 г.: Распоряжение Правительства РФ от 08.12.2011 N 2227-р // Собрание законодательства РФ. 02.01.2012, N 1, ст. 216.

А.П. Парамонов

ОЦЕНКА РЕЗЕРВОВ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ В ВОИНСКИХ КОЛЛЕКТИВАХ

ПАРАМОНОВ Александр Павлович – военнослужащий, выпускник Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. E-mail: app-rags@mail.ru

Воинские коллективы различной ведомственной принадлежности играют важную роль в обеспечении национальной безопасности Российской Федерации [1]. От качества выполнения военнослужащими поставленных перед ними задач во многом зависит поддержание позитивных настроений в обществе, связанных с повышением авторитета государственной власти, укреплением социальной стабильности и чувства защищенности у граждан страны.

Успешность работы воинских коллективов базируется на поддержании эффективного управления и обеспечении рационального использования руководителями имеющихся в их распоряжении управленческих ресурсов, среди которых в преимущественном отношении выделяются ресурсы социального характера. Однако в настоящее время указанные ресурсы не всегда находят результативное применение в практике управления воинскими коллективами, а подчас и входят в противоречие с административными ресурсами. В то же время, практически во всех условиях социального взаимодействия существуют некоторые ресурсы, которые позволяют подчиненным оказывать влияние на своих руководителей [2].

Одной из основных причин такого положения дел является слабая подготовленность руководителей воинских коллективов в вопросах применения методов социального управления в процессе повседневной деятельности, а в некоторых случаях – неумение или нежелание добиваться максимального использования «человеческого фактора» в интересах повышения отдачи подчиненных при выполнении поставленных задач. Эти выводы подтверждаются результатами экспертного опроса с участием руководителей воинских коллективов, проведенного кафедрой социологии управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации в 2013 году [3].

В частности, только 68% экспертов указали на необходимость владения руководителями в полном объеме информацией о жизненных ценностях, устремлениях, потребностях, способностях и личностных качествах подчиненных, а по мнению некоторых из них (5,1%) – лишь в части касающейся исполнения подчиненными должностных обязанностей. Вместе с тем, большинство из числа опрошенных (46,3%) высказались за то, что немногие руководители способны проявить личную инициативу, предложить новые методы принятия решений. 24,6% экспертов отметили готовность лишь некоторых руководителей воспринять и использовать инновационные методы работы.

Поэтому ключевым резервом повышения эффективности управления в воинских коллективах является развитие профессиональных и личностных качеств руководителей, их способности служить примером для подражания и обеспечить действенность системы участия подчиненных в управленческом процессе. Подтверждением сказанному являются результаты экспертного опроса: выявлено присутствие влияния воинского коллектива на принятие руководителями управленческих решений, которое, однако, затруднено административными барьерами – на это указали большинство (42,9%) экспертов. При этом 9,1% из них отметили, что управленческие решения часто принимаются руководителям под влиянием воинского коллектива.

Следует учитывать, что на характер развития личностных качеств руководителя существенное влияние оказывают такие факторы, как наследственность, внешнее окружение, культура, коллективный и индивидуальный опыт, определяющие поведение человека в тех или иных условиях [4]. Тем не менее высокая требовательность руководителя к своим подчиненным и к самому себе способствует укреплению его профессиональных и личностных качеств, среди которых особую значимость в современных условиях приобретают лидерские качества (наличие в воинском

коллективе доверия, авторитета, уважения, признание высокого уровня квалификации, готовность поддерживать во всех начинаниях, учиться и перенимать опыт) [5].

Не менее востребованным резервом повышения эффективности управления в воинских коллективах является поддержание и развитие корпоративной культуры в интересах усиления межличностных взаимодействий, сохранения лучших традиций, воспитания военнослужащих в духе патриотизма и преданности интересам государства и общества. Актуальность рационального использования данного резерва подтверждается результатами экспертного опроса: чуть более половины экспертов (50,3%) высказались за то, что в воинских коллективах установилась понятная всем корпоративная культура. Однако 10,9% из них отметили, что корпоративная культура слабо проявляется в работе воинских коллективов, причем, по мнению 9,7% опрошенных, мало кто ее поддерживает.

Необходимо отметить положительное влияние корпоративной культуры на процесс профессионального становления молодых военнослужащих. Реализация этого резерва достигается накоплением в воинском коллективе опыта успешного выполнения поставленных задач и обеспечением его передачи «из рук в руки» от представителей старших поколений молодым военнослужащим. К примеру, по мнению большинства экспертов (57,7%), военнослужащие, имеющие значительный стаж пребывания в воинском коллективе способны в высокой степени влиять на повышение профессиональной компетентности молодых военнослужащих.

Следует также сказать и о других резервах повышения эффективности управления в воинских коллективах, требующих первостепенного использования. К ним относятся: действенное обеспечение безопасности военнослужащих в процессе повседневной деятельности, развитие в воинском коллективе социального контроля, усиление духовно-нравственного, инновационного и творческого потенциала его членов, укрепление морально-психологического состояния в воинском коллективе, поддержание среди военнослужащих духа стремления к развитию и самосовершенствованию и др.

Таким образом, в условиях ослабления у граждан страны чувства патриотизма, нравственной культуры, ответственности за состояние своей готовности к выполнению профессиональных обязанностей, востребованным сегодня является обеспечение рационального использования существующих в воинских коллективах резервов в целях повышения эффективности управления. Механизмы активизации указанных резервов связаны с совершенствованием профессионального мастерства руководителей, результативности проведения ими в воинских коллективах военно-социальной и воспитательной работы, направленной на развитие профессиональных и личностных качеств подчиненных, обеспечение максимальной включенности каждого из них в коллективную деятельность, достижение синергетического эффекта.

Литература

- 1 Стратегия национальной безопасности Российской Федерации до 2020 г. (от 13 мая 2009 г.), п. 6. // <http://archive.kremlin.ru>.
- 2 Гидденс Э. Устройство общества: Очерк теории структуризации. – М.: Академический проспект, 2005. – С. 58.
- 3 Экспертный опрос «Резервы повышения эффективности управления в воинских коллективах» проведен кафедрой социологии управления РАНХиГС при Президенте Российской Федерации. Всего опрошено 175 экспертов из числа руководителей воинских коллективов. 2013 г.
- 4 Фролов С.С. Социология. – М.: ЛОГОС, 1996. – С. 78.
- 5 Литвак Б.Г. Наука управления: теория и практика. – М.: Дело, 2011. – С. 129.

О.Ю. Переверзина
КОНТЕКСТНАЯ ЛИЧНОСТНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ДИАГНОСТИКА
В ОЦЕНКЕ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ

ПЕРЕВЕРЗИНА Ольга Юрьевна – доцент кафедры управления и организации социальных систем ИГСУП РАНХиГС, кандидат психологических наук. E-mail: oper-news@mail.ru

Проводимые в разные годы исследования, связанные с изучением профессиональной деятельности и личности государственных гражданских служащих (под научным руководством А.И. Турчинова, А.А. Деркача, Ю.В. Синягина, Е.А. Литвинцевой и др.) позволяют говорить о необходимости организации специальной работы по экспертно-аналитическому и методическому сопровождению профессиональной деятельности в системе государственной гражданской службы.

В значительной степени подобная необходимость ощущается в сфере личностно-профессиональной диагностики и оценки управленческих кадров, где наблюдается ряд определенных проблем. Так, Ю.В. Синягин выделяет ряд ключевых проблем, решение которых может способствовать повышению эффективности процесса диагностики и оценки управленческих кадров – необходимость ориентироваться в оценке не на те представления, которые у нас сложились вчера и сегодня, а на те требования, которые сложатся завтра; необходимость смещения акцентов в оценке от дефицитарной модели к оценке личностно-профессиональных ресурсов; повышение объективности и разносторонности оценки при проведении оценочных процедур и др. [1].

Развитие наук привело к формированию *основных механизмов* диагностики и оценки руководителей:

- Оценка по объективно наблюдаемым результатам деятельности и поведению в реальных ситуациях;
- Оценка взаимодействия в формальной и неформальной структуре организации;
- Оценка личностных качеств, демонстрируемых в профессиональной деятельности;
- Оценка личностно-профессиональных ресурсов.

Для получения достоверных результатов оценки указанные механизмы должны применяться комплексно, однако практика показывает значительное смещение приоритетов специалистов в сторону дефицитарной модели. Зачастую при создании современных моделей компетенций руководителя наблюдается негативная тенденция своеобразного возвращения к сформировавшейся еще в середине XIX века модели “экономического человека”, которая предполагает четыре основных допущения: экономический человек автономен (принимает самостоятельные решения), эгоистичен (преследует собственный интерес), рационален (умеет рассчитывать и максимизировать собственную выгоду) и информирован (обладает всей полнотой информации) [2]. При оценке руководителей системы гражданской службы такие тенденции особо опасны, так как исключают из оценочной модели такие важные показатели как базовые ценности, жизненные ориентации, гражданственность и др.

В общих чертах можно определить в качестве перспективы развития всей системы личностно-профессиональной оценки руководителей переход от оценки достижений к оценке потенциала, что изменяет и общую концепцию оценочных процедур. Стержневым моментом при таком подходе выступает ориентация в оценке не на формулировку требований в виде модели соответствия человека тем или иным сложившимся критериям (что представляет разработка модели компетентностей и компетенций), а на выявление его управленческого потенциала и потенциала развития. В таком случае оценка руководителей производится с позиций ресурсного подхода, в рамках которого исследуются совокупности всех ресурсов руководителя, как востребованных, так и невостребованных конкретной должностной позицией.

Объединение различных подходов (системного, ситуационного, ресурсного, психолого-акмеологического, компетентностного) в оценке управленческого персонала позволяет говорить о контекстной личностно-профессиональной диагностике как одном из наиболее перспективных современных механизмов оценки руководителей.

Рамки контекстной диагностики задаются определенными уровнями среды, в которых существует объект диагностики, так называемыми контекстами: социальным, организационно-командным и личностно-профессиональным. Контексты характеризуют внешнюю и внутреннюю среду жизнедеятельности руководителя, локализованную во времени и пространстве. Они фиксируют не только наличный уровень развития его личностно-профессиональных качеств, но и служат своеобразным фоном для определения конкретных ожиданий и ориентаций личности, детерминант формирования индивидуальных стратегий и направлений развития управленческого потенциала и ресурсов руководителя.

Следует подчеркнуть, что контекстная парадигма представляет собой не набор каких-либо отдельных методов и методик, подобранных под локальную задачу, а является целостным специфическим способом диагностики и оценки руководителей, обладающим способностью тонкой «настройки» инструментария с учетом контекстных требований к успешности, эффективности и результативности руководителей на личностно-профессиональном, командно-организационном и социально-государственном уровнях.

Литература

- 1 Sinagin Y.V. Self and professional development assessment as an instrument for the evaluation and improvement of education quality // Образование личности, 2013, № 2. с. 29-33.
- 2 Социология организаций / С.А. Барков, В.И. Зубков. М.: Юрайт, 2013.

С.И. Петрова

ПРЕОБРАЗОВАНИЕ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ С ЦЕЛЬЮ РЕШЕНИЯ ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

ПЕТРОВА Светлана Ивановна – руководитель управления демографического развития департамента стратегии социально-демографического развития министерства социально-демографической и семейной политики Самарской области. E-mail: dmitsi2005@rambler.ru

Современный этап социально-экономического развития России характеризуется сложными процессами: депопуляцией населения, ростом социальной напряженности в обществе, ввиду чего возрастает роль государства и его институтов, которые должны обеспечивать инновационный путь развития регионов и страны в целом, проводить в жизнь законы и решения в целях улучшения демографической ситуации в субъекте, защиты социального порядка в стране. Основными рычагами управления, являются оптимально сформированные структуры управленческого аппарата, которые под влиянием различных тенденций претерпевают определенные преобразования.

Институт социальной защиты населения в Самарской области начал свое существование в 1918 году и именовался губернским комиссариатом призрения. С течением времени данная структура постоянно видоизменялась, как в организационно-правовом, так и в функциональном плане. К 1992 году было образовано Главное управление социальной защиты населения Самарской области, которое в 2000 году преобразовано в Департамент социальной защиты населения. В 2004 году департамент был реорганизован в министерство труда и социального развития Самарской области путем слияния департамента социальной защиты населения, Главного управления по вопросам семьи материнства и детства и Главного управления труда. Однако уже в 2005 году его наименование изменено на министерство гуманитарного и социального развития Самарской области. В 2006 году

образовано министерство здравоохранения и социального развития Самарской области путем присоединения министерства здравоохранения Самарской области.

«Майские» указы Президента РФ и сложившаяся демографическая ситуация в субъекте стали основанием к разделению в 2012 году министерства на два ведомства: министерство здравоохранения Самарской области и министерство социально-демографической и семейной политики Самарской области.

Таким образом, в регионе, с целью наиболее эффективного решения задач по стабилизации численности населения организована деятельность министерства социально-демографической и семейной политики Самарской области.

Б.Т.Пономаренко, И.Н. Панин

ЭТНОМОНОПОЛИЗАЦИЯ В ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: МИФ ИЛИ РЕАЛЬНОСТЬ?

ПОНОМАРЕНКО Борис Тимофеевич – доктор исторических наук, профессор кафедры государственной службы и кадровой политики Института государственной службы и управления персоналом РАНХиГС, E-mail: pbt2006@mail.ru

ПАНИН Игорь Николаевич – кандидат философских наук, зам. зав. кафедрой государственной службы и кадровой политики Института государственной службы и управления персоналом РАНХиГС. E-mail: panin-in@rane.ru

Исторически Российское государство формировалась как единение народов, системообразующим ядром которого выступал русский народ. При этом этнический фактор – это вовсе не миф, а суть ее государственности, социальности российской нации и ее духовности. В последние годы в стране осуществляются меры по развитию национально – этнических отношений, человеческого потенциала 193 этносов и народностей, упрочению общности судьбы народов страны, в которой зарегистрировано более девятисот национально-культурных автономий.

Стратегией государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 г. определена система приоритетов, целей, принципов, основных направлений, задач и механизмов ее реализации по развитию потенциала многонационального народа (русской нации) и всех составляющих его народов (этнических общностей). Важное значение придано разработке и реализации специальных программ по социально-профессиональному развитию национальных меньшинств и малочисленных народов, выравниванию диспропорций в сфере занятости населения, сохранению и развитию самобытных традиций [1, с. 6]. Законодательно определена необходимость противодействия этномонополизации в условиях многонационального российского социума.

При всем этом весьма заметную роль в сфере труда играет этнический фактор. При наличии более или менее определенной этнической картины российского общества отсутствует ее социально-профессиональная проекция. Редко осуществляется этнополитическая экспертиза кадрового потенциала страны и отдельных ее регионов, отраслей экономики, отдельных видов профессиональной деятельности и занятий. И возникает вопрос: не является ли мифом распространенное представление о нарастании тенденции этномонополизации в профессиональной деятельности в отдельных отраслях экономики и управления? Не слишком ли мифологизирована общность судеб народов, идея их единства и дружбы, российского патриотизма, конструктивного развития национально – этнических отношений? Дискуссии об этнической дискриминации и этномонополизации в профессионально-трудовой сфере адресованы различным сферам трудовой деятельности.

К этномонополизации относим действия по установлению монополии на осуществление того или иного вида профессиональной деятельности, профессионального занятия преимущественно представителями одного этноса, одной этнической группы. Решение этнокультурных проблем в условиях этнического многообразия России требует системного взаимодействия органов

государственной власти и органов местного самоуправления, общественных объединений и других субъектов этнокультурной деятельности [2, с.4].

Сложность исследования проблемы этномонополизации обусловлена рядом факторов объективного и субъективного свойства. Так, в официальной государственной статистике сейчас нет данных о национальном составе населения Российской Федерации. Гражданин вправе самостоятельно определять и указывать свою национальную принадлежность. Отсутствуют достоверные данные о социальном расслоении населения страны, межэтнических конфликтах, этномонополизации профессиональной деятельности в сферах труда, государственной и муниципальной службе. Усиление социальной поляризации привело к обострению этносоциальной конкуренции, этномонополизации различных сфер кадровой политики и профессиональной деятельности. И это уже не миф, а реалии трансформаций в российском многонациональном социуме, подтвержденные социологическими результатами. В современных условиях на кадровую ситуацию в России большое влияние оказывают миграционные процессы. Проблема миграции затрагивает не только чисто экономические вопросы, но и распространяется на этно-национальную сферу [3, с.84].

Реальные признаки этномонополизации различных видов профессиональной деятельности получены в ходе исследования по теме «Государственная кадровая политика: проблемы этномонополизации профессиональной деятельности в условиях многонационального российского социума». Это сделано с помощью социологического инструментария при учете латентного характера этой социальной девиации на рынке профессионального труда. Результаты социологических исследований показали, что этномонополизация, как совокупность действий субъектов кадровой политики, проявляется в разных формах [4, с.30].

На вопрос «насколько часто при устройстве на работу граждане сталкиваются с дискриминацией?» по признаку «иногда и часто» были получены следующие ответы. «По национальности» – 69,9%; «по полу» – 73,8%; «по политической принадлежности» – 48,5%, «по принадлежности к землячеству» – 49,7%; по «религиозным убеждениям» – 37,9%. Каждым четвертым опрошенным (24,6%) была отмечена позиция «часто», а на значение «опыта работы» и «возраста» обратили внимание соответственно 65,2% и 56,4% респондентов. Таким образом, этническая принадлежность работника выступает наиболее значимым дискриминационным фактором, который повышается по мере присутствия таких факторов как принадлежность к землячеству и религиозные убеждения.

Выяснение позиции граждан, участвующих в социологическом опросе, относительно «прямого влияния национальности на возможность трудоустройства», показало следующее. Каждый пятый респондент (22,3%) утвердительно ответил на этот вопрос, а каждый второй (50,3%) заявил, что национальность влияет на занятие должности. Таким образом, около трех четвертей опрошенных (72,6%) обращают внимание на влияние национальности гражданина на возможность его трудоустройства, а 64,6% участников опроса считают, что национальность работника сказывается на их служебном росте [4, с.31].

Усиление социальной поляризации привело к обострению этносоциальной конкуренции, неизменно приводящей к этномонополизации профессиональной деятельности и кадровой политики. Результаты социологических исследований свидетельствуют не только о наличии реальной, а не мифологизированной проблемы этномонополизации профессиональной деятельности, но и подтверждают необходимость теоретического осмысления опыта взаимодействия социальных, кадровых и межнациональных процессов, анализа тенденций проявления этномонополизма в управлении профессиональной деятельностью граждан.

На основе выполненного анализа приходим к выводу, что в российском многонациональном социуме возникли предпосылки для развития этномонополизации отдельных видов профессиональной деятельности и занятий. При определенных условиях она выступает негативным фактором и барьером на пути модернизации общества, источником возникновения различного вида конфликтов и угроз, в т.ч. по причинам социально-экономического характера, когда частные интересы, связанные с приватизацией, дискриминацией отдельных категорий граждан рядятся в «национальные одежды».

Требуются научно-обоснованные предложения и рекомендации по противодействию этномонополизации профессиональной деятельности, разработке концепции государственной кадровой политики, обеспечивающей достижение межнационального согласия как регулятора кадровых процессов и отношений на рынке профессионального труда. Выделение и разрешение проблем этномонополизации, как и избавление от мифа об отсутствии такой проблемы, особенно важны не только для региональной, отраслевой и муниципальной кадровой политики, но и для субъектов кадровой политики организаций и предприятий различных форм собственности. Поэтому одной из важных задач государственной кадровой политики России должна стать деэтномонополизация видов профессиональной деятельности, представляющая собой процесс осуществления комплекса мероприятий политического, правового, организационного, финансово-экономического и иного характера, направленных на создание условий по недопущению их этномонополизации, обеспечению равенства и конкуренции на рынке труда, независимо от этнической принадлежности работников.

Социологическое обоснование выработки механизмов противодействия проявлениям этномонополизации различных видов профессиональной деятельности может служить основой для разработки предложений о мерах по деэтномонополизации профессиональной деятельности в сфере государственной и муниципальной службы в условиях многонационального российского социума.

Литература

- 1 Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 г. Утв. Указом Президента РФ от 19.12.2012 № 1666. Электронный ресурс.
- 2 Концепция Федеральной целевой программы «Укрепление единства российской нации и этнокультурное развитие народов России». Утверждена распоряжением Правительства Российской Федерации от 22.07.2013 № 1292. Электронный ресурс.
- 3 Турчинов А.И., Кононенко Т.А., Магомедов К.О. Современная кадровая политика и управление персоналом в российских организациях. Социологический анализ. – М.: Макс-пресс, 2013
- 4 Панин И.Н., Пономаренко Б.Т. Социологические характеристики деэтномонополизации профессиональной деятельности в условиях многонационального российского социума. // Государственная служба, №5 (85), 2013.

Е.П. Тавокин

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОРТРЕТ РОССИЙСКОГО КОРРУПЦИОНЕРА

ТАВОКИН Евгений Петрович – доктор социологических наук, профессор РАНХиГС. E-mail: tavokin@mail.ru

Тотальная коррумпируемость органов власти в стране и «декоративный» характер «борьбы» с нею общеизвестны. Только четверть всех осужденных в стране коррупционеров получают реальные сроки лишения свободы. Причем тех, кто давал взятки, к уголовной ответственности привлекается в два раза больше, чем тех, кто эти взятки получал. А новые изменения в УК, заменяющие реальные сроки лишения свободы штрафами, иначе как поощрением этого увлекательного занятия квалифицировать невозможно. За примерами далеко ходить не приходится. По данным Генпрокуратуры, только за 9 месяцев 2013 г. к дисциплинарной и административной ответственности в России привлечены почти 60 тысяч чиновников, но осуждено из этой «славной» когорты было всего лишь 3,6 тыс. [1]. Институт конфискации имущества практически не применяется, а штрафы в большинстве случаев не взимаются.

Ключевая фигура практически во всех коррупционных схемах – чиновник. Включаясь в эти схемы, он конвертирует свои властные полномочия в деньги. Таким образом, коррупция, по сути,

представляет собой монетизацию властных отношений. Власть при этом перестает быть властью, и превращается в контору по оказанию «услуг». Это чревато появлением конкурентов, которым потребитель этих услуг может по каким-либо причинам отдать предпочтение. Поэтому, коррупция как латентная «монетизация» власти – это прямой путь к развалу государственности.

В течение мая-июля 2013 г. группа ученых из РАНХиГС провела социологическое исследование, целью которого было выявить состояние и основные факторы коррупции в органах власти [2]. Основным выводом состоял в том, что главный фактор возникновения, распространения и развития коррупции – морально-этическое разложение современного российского общества. Опасность этого фактора в том, что он разлагает общество в целом и каждую отдельную личность изнутри, в то время как антикоррупционные усилия в своем большинстве ориентированы на воздействие извне.

В рамках указанного исследования был проведен опрос государственных служащих. Им отводилась роль внутренних экспертов для оценки коррупции изнутри. Общий объем экспертной группы – 169 человек. Половозрастные и профессиональные характеристики экспертов данной группы в целом соответствовали параметрам генеральной совокупности, что позволяет сформировать обобщенный портрет российского коррупционера, определить его основные характеристики.

Выявление коррупционеров в общей массе госслужащих проводилось на основе распределения мотивов, которыми они руководствовались, поступая на государственную службу. Оказалось, что отчетливая ориентация на коррупцию проявляется у подавляющего меньшинства – у тех, кого манят жажда власти и дополнительные возможности обогащения. Это приблизительно пятая часть опрошенных. Косвенно, опосредованно эта склонность заложена также у тех, кто указал в качестве мотива «приобретение нужных связей» (это еще 30%). Таким образом, коррупционные ориентации в большей или меньшей степени потенциально испытывает примерно половина госслужащих. Однако имеется множество причин, препятствующих практической реализации этих ориентаций: традиционная мораль, занимаемая должность, конкретная ситуация и т. п. Это дает основание предположить, что реально в сфере коррупции имеет возможность участвовать не более четверти госслужащих. Каков же обобщенный портрет этого потенциального коррупционера (ПК)?

В отличие от остальной части госслужащих среди ПК преобладают мужчины (68% против 40%) с более высокой численностью в возрастных группах 30 – 39 лет (39% против 34%) и 40 – 49 лет (26,6% против 20,3%). Среди ПК также несколько выше доля лиц с юридическим образованием (40,8% против 36,2%) и со стажем работы 3 – 5 лет (31,2% против 26,8%). В должностном разрезе коррупционные ориентации в заметно большей степени проявляются среди помощников (20,6% против 15,2%) и руководителей (16,1% против 10,1%).

ПК радикально отличаются от остальных госслужащих в своем видении происходящих процессов. Общась преимущественно в кругу себе подобных, они дают существенно превышающие средние по массиву оценки степени распространения коррупции среди госслужащих (49,1% против 13,3%). В целом просматривается тенденция: чем меньше в мотивах поступления на ГС коррупционная ориентация, тем ниже значения оценок степени ее распространения, доходящая до 0% среди тех, кто настроен на помощь людям.

Весьма схожие отличия наблюдаются и при оценке госслужащими наиболее типичных форм коррупции. Наиболее «эффективная» в силу своей прямой направленности на результат форма коррупции (использование служебного положения в интересах собственного бизнеса) получила наивысшие значения именно у ПК (72,4% против 54,5%). Примерно с таким же превышением от среднего значения оценивается этой же категорией несколько менее «эффективная» по своим возможностям форма – оказание каких-либо неправомερных предпочтений предпринимателям. Примечательно различие оценок данной категорией госслужащих такой формы коррупции, какой является получение подарков в связи с выполнением своих служебных обязанностей. Если для жаждущих власти и стремящихся к установлению нужных связей и знакомств она занимает второе место, то для тех, кто рассматривает госслужбу как возможность обогащения, эта же форма располагается на четвертом.

Фундаментальная установка, радикально выделяющая ПК из остального состава госслужащих, – гораздо больший уровень их уверенности в том, что в коррупционном процессе обе стороны заранее знают, что взятка общепринята (58,9% против 41,3%).

Потенциальные коррупционеры заметно выше оценивают степень влияния практически всех факторов, порождающих коррупцию (исключение составляют лишь «низкая зарплата» и «изъяны в законах»). Кроме того, у этой категории несколько иначе выглядит рейтинг указанных факторов. Первые два места с практически одинаковыми значениями (60,0%) занимают «тесная связь власти и бизнеса» и «неэффективность мер противодействия коррупции». И лишь на третьем месте (хотя и с более высоким значением) располагается «низкий уровень нравственности в обществе», который стоит у остальных на первом (59,1% против 55,4%).

Для потенциальных и реальных коррупционеров характерен повышенный уровень тревожности по отношению к *существующим* антикоррупционным мерам, что свидетельствует о ясном понимании ими преступности своих действий. Только этим можно объяснить тот факт, что большинство их оценок действенности этих мер оказались существенно выше средних по массиву. Наибольшее беспокойство коррупционеры испытывают от практической реализации отбора на государственную службу честных, добросовестных специалистов (54,7% против 46,1%), а также от «горячей линии» или «телефона доверия» по противодействию коррупции (46,7% против 32,9%). Это легко понять: честный чиновник, не берущий взятку, не участвующий в разворовывании страны, самим фактом своего наличия создает серьезные препятствия для коррупционеров. Единственная мера, которая их тревожит меньше, чем остальных госслужащих, – это мониторинг исполнения должностных обязанностей чиновников, чья деятельность связана с коррупционным риском (30,8% против 34,7%). Объяснить такое относительное спокойствие можно только тем, что эта мера в значительной части находится (как правило) под их контролем, а также тем, что антикоррупционные ее возможности, действительно, невелики.

Общий уровень значений оценок степени эффективности *возможных* мер по борьбе с коррупцией коррупционерами очень высок. Поистине панический страх (69,8%) они испытывают перед радикальным ужесточением уголовной ответственности за коррупцию! Они очень боятся повышения прозрачности деятельности государственных органов (59,3%) и формирования в обществе негативного отношения к коррупционному поведению (57,7%). Значительно сильнее остальных госслужащих они опасаются существенного ужесточения требований к кадрам госслужбы (50,1% против 37,7%) и усиления антикоррупционной экспертизы законов (50,2% против 44,9%). Вместе с тем коррупционеры несколько скептически по сравнению с остальными госслужащими оценивают эффективность такой меры как повышение зарплаты и социальных гарантий (46,7% против 53,3%). Совершенно очевидно, что никакое повышение зарплаты, никакие льготы и гарантии даже близко не могут сравниться с теми «бонусами», которые коррупционеры извлекают, конвертируя свои властные возможности.

Итак, вырисовывается портрет российского коррупционера. Каков же он?

В общей массе госслужащих он составляет абсолютное меньшинство: менее 25%. Это преимущественно мужчина наиболее продуктивной возрастной группы (30 – 49 лет), чаще всего юрист с не очень большим стажем работы (3 – 5 лет) в органах власти. Чаще всего это руководитель или помощник. Он вполне искренне ориентирован на воспроизводство внедряемой четверть века в России модели «жизненного успеха» – погони за наживой, обогащения любой ценой, тупого потребительства, цинизма, лицемерия. При этом он прекрасно понимает преступность своей «деятельности». Поэтому характерное для него состояние – страх. Однако этот страх весьма специфичен. В его основе – боязнь не столько понести заслуженное наказание (он прекрасно знает, что это наказание будет мягким или его вообще не будет), сколько невозможность продолжать «красивую жизнь», увлеченно разменивая властные полномочия занимаемой должности на вполне осязаемые и уже личные денежные знаки. Наибольшее беспокойство у него вызывает перспектива слома сложившейся системы жестокого и продолжающегося по сей день отрицательного кадрового отбора, когда на высшие должности назначаются исключительно совершенно ни к чему не пригодные

люди. Объясняется это тем, что в случае реализации этой меры сформируется такая среда, вписаться в которую коррупционеру будет весьма проблематично.

Однако, как представляется, указанные фобии не имеют пока под собой сколько-нибудь серьезных оснований. Ведь честные и добросовестные специалисты могут появиться только в обществе, основанном на социальной справедливости, высокой культуре и морали, с ответственными верхами и народом, ориентированным на созидательный труд в интересах всего населения, а не клана номенклатурных мародеров, «эффективных» гоп-менеджеров и давно обанкротившихся маньяков – «либеральных экономистов». Нынешняя Россия даже отдаленно не напоминает это общество.

Поэтому не удивительно, что в числе первоочередных мер, направленных на борьбу с коррупцией, госслужащие называют формирование в обществе негативного отношения в обществе к коррупционному поведению, восстановление в общенациональном масштабе во многом уже разрушенной шкалы традиционных нравственных ценностей. Только так может сформироваться качественный человеческий материал, с помощью которого только и можно искоренить коррупцию.

Литература

- 1 <http://genproc.gov.ru/smi/news/genproc/>.
- 2 См.: Тавокин Е.П., Широкова О. В., Шишова Ж.А. Предпринимательство и коррупция: особенности российской практики // Образование и общество, 2013, №6(83). Сюда можно вставить статью нашу в №1 за 2014.

Е.В. Тарасова

ЗАДАЧИ ГОСУДАРСТВЕННОЙ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В УСЛОВИЯХ ВНЕДРЕНИЯ СТАНДАРТА ОТКРЫТОСТИ ФЕДЕРАЛЬНЫХ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ

ТАРАСОВА Елена Владимировна – кандидат исторических наук, научный сотрудник ООС НИОКТР Алтайского государственного университета. E-mail: tarasova_e@rambler.ru

Развитие гражданского общества, широкое применение информационно-коммуникационных технологий, а также усложнение задач, стоящих перед современными государствами, обусловило рост актуальности вопросов информационной открытости органов власти. Рассматривая вопросы совершенствования информационных механизмов управления, Г.В. Атаманчук отмечал: «В государственном управлении циркулирует огромная по объему, разнообразию и динамике информация. Одна ее часть носит непосредственно управленческий характер, связана с формированием и реализацией управляющих воздействий, другая – по масштабам, очевидно, значительно большая – выражает взаимосвязи государства с обществом, его многочисленными проявлениями, с потребностями и интересами миллионов граждан» [1, с.309].

На сегодняшний день в Российской Федерации возникли необходимые предпосылки для повышения качества и доступности предоставляемых населению государственных услуг, повышения результативности, качества и транспарентности деятельности органов государственной власти. Однако необходимость реализации качественно новых принципов государственного управления требует еще более активного внедрения в практику деятельности федеральных органов исполнительной власти принципов открытости как основы взаимодействия общества и государства.

В Российской Федерации принципы открытости органов власти закреплены рядом нормативных актов по вопросам административной реформы, электронного правительства, информационного общества. Важнейшим шагом в этом направлении стало утверждение Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти [2]. Принятые ранее нормативные правовые акты затрагивали лишь один из аспектов открытости – раскрытие информации о деятельности органа власти. Концепция направлена на разработку комплексного подхода к повышению уровня открытости

федеральных органов исполнительной власти. Результатом ее реализации должны стать качественное повышение уровня информационной открытости деятельности федеральных органов исполнительной власти, совершенствование технологий взаимодействия и обеспечения доступности для граждан и организаций социально значимой информации, образующейся в деятельности федеральных органов исполнительной власти, а также вовлечение граждан, экспертного сообщества и общественных организаций в процедуры выработки и реализации решений федеральными органами исполнительной власти, развитие форм, способов и возможностей для гражданского контроля.

Федеральные органы исполнительной власти при внедрении принципов открытости совершенствуют нормативно-правовую базу и правоприменительную практику, следуя презумпции открытости информации, устанавливающей, что разрешен доступ к любой, создаваемой в пределах полномочий, общедоступной информации, кроме той, доступ к которой ограничен федеральными законами, поощряя активное вовлечение гражданского общества в деятельность федеральных органов исполнительной власти и улучшая способы, формы, механизмы и процедуры вовлечения граждан в открытый диалог с государственными органами.

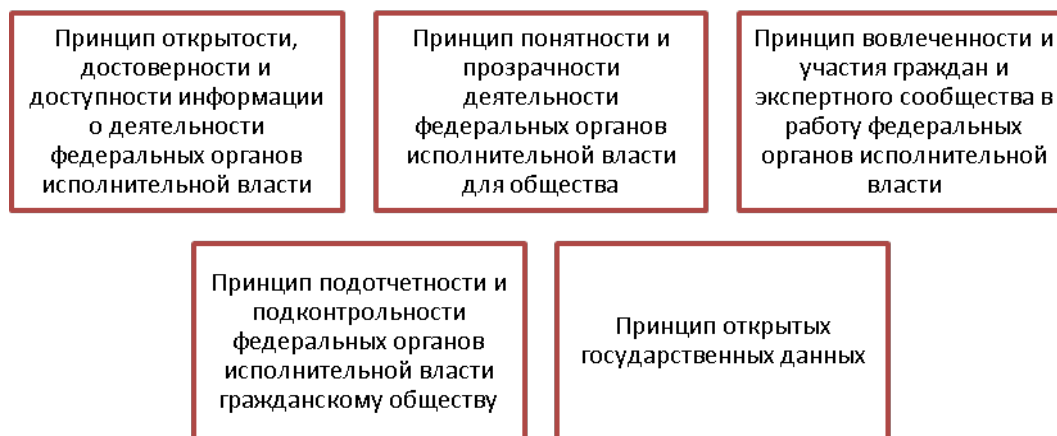


Рисунок 1 – Принципы открытости федеральных органов исполнительной власти

Внедрение принципов открытости в деятельности федеральных органов исполнительной власти ставит новые задачи в области государственной кадровой политики, причем речь идет не только о соответствии государственных служащих информационно-технологическим требованиям, но и о радикальных изменениях в их психологии, развитии коммуникативной компетентности. Исследуя особенности профессионального развития государственных деятелей в современных условиях, Л.А. Василенко подчеркивает значимость роли государственных служащих в управлении многосредовым информационным пространством [3, с.133].

Для успешной реализации принципов открытости государственные служащие должны владеть такими механизмами (инструментами) открытости, как работа с референтными группами, подготовка информации о деятельности и открытых данных к опубликованию, разъяснительная работа по вопросам государственной политики, взаимодействие с общественными советами и СМИ. Более эффективной организации требует работа с обращениями граждан, общественных объединений и предпринимательского сообщества.

Многовековая традиция закрытости власти имеет глубокие социокультурные основания и предопределяет не только скрытое сопротивление органов власти попыткам сделать их деятельность прозрачной для общества, но и низкую заинтересованность граждан в получении информации. Поэтому успех внедрения Стандарта открытости федеральных органов исполнительной власти во

многим зависит от степени включенности граждан в различные формы взаимодействия с государственными структурами.

Таким образом, внедрение Стандарта открытости требует от государственных служащих федеральных органов исполнительной власти не только владения информационно-коммуникационными технологиями, но и навыков диалогового общения с гражданами и общественными объединениями, использования технологии краудсорсинга для включения граждан в процесс разработки и реализации управленческих решений. Внедрение федеральными органами исполнительной власти критериев открытости требует соответствующих изменений в должностных регламентах государственных служащих, программах обучения и повышения квалификации.

Литература

- 1 Атаманчук Г.В. Теория государственного управления: учебник / Г.В. Атаманчук. – М.: Омега-Л, 2010.
- 2 Распоряжение Правительства Российской Федерации от 30.01.2014 №93-р «Об утверждении Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти.
- 3 Василенко Л.А. Информационно-коммуникационные аспекты профессионального развития государственных деятелей // Коммуникология. Том 2. №2. 2013. С.129-135.

О.В. Филимонов

ОБРАЗОВАНИЕ – УСПЕШНАЯ КАРЬЕРА: PRO ET CONTRA (ЭФФЕКТИВНОСТЬ МЕХАНИЗМА КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ)

ФИЛИМОНОВ Олег Викторович – доктор социологических наук, доцент кафедры теории и социологии управления органами внутренних дел Академии управления МВД России, Москва. E-mail: ofilimonov@yandex.ru

Ровно год назад группой экспертов при министерстве внутренних дел Российской Федерации, была дописана и передана министру «Дорожная карта» дальнейшего реформирования органов внутренних дел Российской Федерации. Одной из главных первопричин создания такого масштабного документа стала общественная потребность в реформировании полиции, чтобы стать таким государственным институтом, который бы пользовался «высоким доверием граждан».

Однако реформировать такую сложную и к тому же работающую структуру быстро не представляется возможным. Для получения существенных результатов требуется время и скоординированные усилия как системы МВД России, так и многих других государственных органов и общества. Как отмечено в «Дорожной карте», главным звеном дальнейшего реформирования системы Министерства внутренних дел Российской Федерации предлагается считать *работу с кадрами*, рассматриваемую прежде всего с позиций закрепления профессионального кадрового ядра полиции, очищенного от коррупционеров, нарушителей дисциплины и людей, случайных для полиции. Это выразилось в первом направлении достижения указанной в документе цели – **повышение кадрового профессионализма**.

Ключевым элементом повышения профессионализма являются ведомственные образовательные учреждения МВД России. Ведущая роль среди них принадлежит Академии управления МВД России, главной кузнице управленческих кадров для органов внутренних дел. Выпускники Академии возглавляют структуры центрального аппарата Министерства, руководят территориальными органами внутренних дел субъектов Российской Федерации.

Недавно введенная в Академии квалификация «магистр» (с направлением подготовки «государственное и муниципальное управление») потребовала переработки многих программ обучения. Потребовало также и смены ценностных ориентаций в подготовке слушателей с узкого

профиля (юристов) на управленцев в государственном управлении. Но научный потенциал профессорско-преподавательского состава Академии позволил в сжатые сроки сместить образовательные акценты в направлении новых стандартов. Казалось бы, это существенно повысит будущую профессиональную компетентность руководителей органов внутренних дел, и поможет им максимально эффективно реализовывать принципы деятельности, заложенные в федеральный закон «О полиции» (соблюдение и уважение прав и свобод человека и гражданина, беспристрастность, открытость и публичность, общественное доверие и поддержка граждан, взаимодействие и сотрудничество и др.).

Получение такой значимой для органов внутренних дел квалификации как «магистр государственного и муниципального управления» было неоднозначно воспринято руководителями, в органы которых распределялись выпускники Академии. Опыт реализации профессиональных компетенций, полученный руководителями территориальных органов в предыдущие годы, и новые взгляды выпускников зачастую вызывают у сторон мировоззренческий диссонанс. Руководители не видят возможности использовать новые знания выпускников, а последние не могут (или не умеют) доказать свою образовательную профессиональную пригодность. Образование в Академии, таким образом, не становится необходимым средством для «профессионального лифта», стимулирующего служебный рост и личную инициативу кадров.

Другой проблемой, замедляющей профессиональную адаптацию выпускников, является почти повседневная практика назначения на равнозначную (или даже нижестоящую) должность, чем та, которую они занимали до поступления в вуз. Так, оказалось, что необходимо заново доказывать свою компетентность, как будто образования не было и вовсе. Возникает своеобразная коллизия: руководящие документы исходят из того, что «система работы с руководящими кадрами должна обеспечивать замещение должностей руководящего состава только лицами, прошедшими соответствующую подготовку в Академии управления МВД России ...», а практика кадрового распределения этому не соответствует.

Третьей проблемой, которую следует осветить, является заочная форма образования. В «Дорожной карте» предлагается скорректировать работу образовательных учреждений МВД России в части повышения их профессионализации и создания единой многоуровневой системы профессиональной подготовки и переподготовки кадров, увязанной с порядком прохождения службы в органах внутренних дел. При этом подразумевается, что в период между сессиями слушателям заочной формы обучения предоставляется и фактически обеспечивается возможность приобретения новых знаний в период службы. Это должно быть закреплено нормативно и включено в регламент служебного времени, наравне с другими мероприятиями. Нарушение установленного порядка руководителями должно стать поводом для административной проверки и рассматриваться как действия, дискредитирующие основные принципы кадровой политики.

Устранить подобное отклонение можно при помощи ряда мер. Во-первых, устранить принципиальное противоречие между потребностями практики правоохранительной деятельности органов внутренних дел и формируемыми в Академии образовательными компетенциями. Оно может быть снято разработкой нового образовательного стандарта, аналогичного уровню MBA (Master of Business Administration) и MPA (Master of Public Administration). Его можно обозначить условной аббревиатурой MPoIA (Master of Police Administration) – мастер (магистр) полицейского администрирования. Во-вторых, нормативно закрепить перечень должностей, на которые *нельзя* назначать без предлагаемой степени MPoIA. Исключением может явиться наличие степени MPA, полученной в «гражданском» вузе. В-третьих, поставить вопрос о целесообразности самого существования заочной формы обучения в нынешнем виде, постепенно переводя его на дистанционное обучение. В-четвертых, расширить перечень компетенций дисциплинами культурологической направленности, способствующими формированию у слушателей «системообразующей культурно-информационной конструкции, от которой зависит направленность профессиональной и политической социализации ... степень осознания государственной и общественной значимости (*профессиональной*) деятельности».

Литература

- 1 О полиции: Федеральный закон от 07.02.2011 № 3-ФЗ.
- 2 «Дорожная карта» дальнейшего реформирования органов внутренних дел Российской Федерации / Популярно-правовой альманах МВД России «Профессионал». 2013. № 1.
- 3 Татарская О.Ю. Модернизация российского военного образования в условиях информационного общества: автореф. дисс. ... док. социол. наук. Волгоград, 2011.

Л.Г.Цымбал

РОЛЬ СОЦИОЛОГИИ В ПОДГОТОВКЕ ГОСУДАРСТВЕННЫХ И МУНИЦИПАЛЬНЫХ СЛУЖАЩИХ: ПРОБЛЕМНЫЙ АСПЕКТ

Цымбал Лариса Георгиевна – старший преподаватель кафедры ГМУ, Томского государственного университета. E-mail: sidney72@list.ru

Реформы современного российского общества последних десятилетий заставляют нас задумываться о том, кто же производит их осуществление, кто является идеологом преобразований и одновременно связующим звеном между властью и населением. Речь идет, конечно же, о государственных и муниципальных служащих. Именно от их каждодневной работы, от их осознания важности производимых преобразований, зависит эффективное управление обществом в ближайшее время.

Одним из актуальных аспектов эффективной деятельности будущих чиновников является их образовательная и профессиональная подготовка. Среди дисциплин, входящих в образовательный стандарт подготовки будущих управленцев – социология и социология управления, которые позволяют приобрести как теоретическую, так и практическую информацию об обществе – главном объекте управленческой деятельности. Поэтому и представляется важным рассмотреть те проблемы, которые возникают в ходе преподавания и освоения выше обозначенных дисциплин у студентов специальности ГМУ.

Первая из существующих проблем – это непонимание значимости данных дисциплин для будущей профессиональной деятельности нынешними студентами. Нет у студентов осознания того, что накопленная социологическая информация является для них основой будущей профессиональной деятельности. И здесь решение данной проблемы, на взгляд автора, почти полностью зависит от личности и квалификации преподавателя, несущего знания студенческому сообществу. Таким образом, **можно говорить о второй проблеме**, существующей в поле обозначенной темы: не всегда четкое и предметное понимание преподавателем того вопроса, о котором он рассказывает студенту. Нередко говоря о социологии, преподаватели не имеют представления о специфике деятельности в рамках ГМУ, и, поэтому не могут связать вопросы классической и прикладной социологии с конкретными примерами из будущей управленческой деятельности обучающихся. Очень важным является умение преподавателя раскрывать темы и проводить практические занятия на конкретных примерах деятельности муниципальных образований, взаимодействия органов власти с населением и т.п.

Для того, чтобы студенты уже в процессе обучения включались в специфику своей будущей профессии, в осознание того, что социология для них будет и в будущем важным и полезным инструментом, необходимо осознание и **определение третьей проблемы**. Будущие управленцы в большинстве своем совершенно не понимают, каким образом, и какую информацию можно собирать при помощи социологического инструментария. Именно поэтому необходимо не только рассказывать обучающимся о технологии и структуре прикладного исследования, но и активно привлекать их к практической работе. Опыт преподавания дисциплин «Социология» и «Социология управления» на Международном факультете управления Томского государственного университета показывает, что

участие слушателей в решении конкретных проблемных ситуаций районов, муниципальных образований и городских округов, дает более понятное и конкретное представление о возможностях социологического инструментария в решении конкретных ситуаций. Среди тем исследовательских проектов студентов за последний год, например, были: «Организационная коммуникация в системе деятельности органов местного самоуправления (на примере Администрации Александровского района Томской области)», «Условия развития организационной культуры муниципального учреждения на примере МБУ «Муниципальный экспертный центр по тарифам и муниципальному заказу», «Образ государственного гражданского служащего в представлениях студентов томских вузов» и т.п. Можно отметить, еще и тот факт, что разрабатывая и проводя исследование, студенты получают представление об объективности и достоверности собранной информации, что представляется очень важным с точки зрения доверия социологическим данным у будущих управленцев.

Четвертой важной проблемой можно обозначить непонимание механизмов формирования общественного мнения как действенного атрибута современного общества. Будущие управленцы, являясь «служителями» общества, могут и должны ориентироваться на мнение большинства населения. Чиновники должны понимать, что общественное мнение – это действенная сила, которая должна быть услышана и отрефлексирована самими чиновниками. На сегодняшний момент большинство студентов (по результатам фокус группового исследования, проведенного автором среди студентов специальности ГМУ 2 и 4 курсов, Международного факультета управления Томского государственного университета, октябрь 2013 г.) не считают общественное мнение чем-то значимым и важным, «оно не может на что-то повлиять», «он не может что-то изменить», «это профанация и не более того». Таким образом, задача учебного курса «Социология» заключается, в том числе, в изменении представления об актуальности и действенности общественного мнения.

Пятая проблема была выделена в ходе анализа литературы по существующей теме. Авторы Ларцева Г.И. и Дзюбан В.В. в социологическом альманахе «Социологическая культура в современной России» отметили наряду с обилием учебной литературы, отсутствие доступных, понятных и взаимодополняющих друг друга учебников для будущих специалистов, в том числе и в сфере государственного и муниципального управления. Основная проблема учебной литературы состоит в том, что этапы исследовательской деятельности описываются схематически, изолированно друг от друга, а стремление к обобщению и желание универсально описать эмпирические явления нередко ведут к потере качества информации. Не уделяется должного внимания профессиональным и этическим качествам исследователя, тем самым студентам не показывают значимость их личного потенциала в будущем и настоящем исследовательской деятельности [1].

В целом можно отметить, что список обозначенных проблем не является конечным. Действительно, проблем достаточно немало, однако все вышеуказанные положения нельзя назвать неразрешимыми противоречиями. При осознании того, что именно эти положения оказывают влияние на подготовку будущих специалистов в области государственного и муниципального управления, необходимо уделять им крайне пристальное внимание, так как все они могут быть устранены при наличии желания, профессионализма, заинтересованности ученых, социологов-практиков, преподавателей высшей школы, так и самих студентов. Без социологической подготовки, без социологических знаний заниматься управлением в современном обществе невозможно – это должно стать аксиомой в образовании будущих управленцев.

Литература

- 1 Социологический альманах «Социологическая культура в современной России»: Материалы II Орловских социологических чтений 17 декабря 2010 г. / Сост. Н.В. Проказина, Н.П. Старых. – Орел: Издательство ОРАГС, 2011. – 368 с.

И.Б. Шебураков

ОБЩЕСТВЕННАЯ ОЦЕНКА ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНОВ: PR ИЛИ ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬЮ?

ШЕБУРАКОВ Илья Борисович – кандидат психологических наук, доцент, заместитель директора по научной работе, заведующий кафедрой управления персоналом Вологодского филиала РАНХиГС при Президенте РФ. E-mail: shebur@list.ru.

Не так давно мы вступили в период новых отношений власти и общества в контексте принятия властью на себя ответственности за результаты собственной деятельности и готовностью учитывать общественное мнение не только в период выборов. И если примерно до 2010г. модели самокоррекции власти в России и Западном мире кардинально отличались, то теперь они все больше сближаются (при этом, конечно, между ними сохраняются и серьезные различия).

Так, например, в европейских странах и Америке борьба публичной власти за эффективность в значительной степени была детерминирована внимательным отношением к деятельности государственных структур со стороны общества – в первую очередь представленного политическими оппонентами и широким слоем так называемых «налогоплательщиков». В нашей стране в период «благополучных нулевых» в качестве основных инициаторов изменения власти в сторону повышения эффективности выступали представители экспертного сообщества. Начало мирового финансово-экономического кризиса, оразившегося и на России, привело к нарушению существовавшего ранее «общественного договора», согласно которому власть обеспечивала большинству населения благополучие в обмен на лояльность. Повышение общественной активности и проявление массовых протестных настроений, начиная с 2011г. держит российскую власть в состоянии постоянного тонуса, приближая ситуацию, с этой точки зрения, к ситуации на Западе.

В этих условиях у власти на всех уровнях – федеральном, региональном и даже местном появляются новые стимулы для более активного применения такого управленческого инструмента, как общественная оценка ее деятельности. Это, в частности, начинает ощущаться и по содержанию тех запросов со стороны представителей различных властей, которые обращены в адрес экспертных организаций.

В настоящее время уже апробированы и достаточно активно применяются различные социологические и другие диагностические инструменты, направленные на получение информации об уровне удовлетворенности граждан различными аспектами деятельности власти. Например, во многих регионах уже несколько лет подряд осуществляются ежегодные исследования (мониторинг) качества предоставления и качества организации государственных и муниципальных услуг на основе методик разработанных и рекомендованных к применению Минэкономразвития РФ и утвержденных постановлениями региональных правительств.

Разработка и начало реализации «Концепции открытости федеральных органов исполнительной власти», утвержденной распоряжением Правительства РФ, должно сопровождаться внедрением различных инструментов повышения открытости и является новым этапом повышения ориентации федеральной власти на мнение граждан. Кроме того, в настоящее время уже существуют «Методические рекомендации по внедрению принципов и механизмов открытого государственного управления в субъектах российской федерации», которые подготовлены на основании опыта реализации пилотных проектов по открытости государственного управления в субъектах Российской Федерации в 2012 году.

В тоже время, на региональном уровне происходит самостоятельный активный поиск новых форм и методов работы с населением, направленный на повышение уровня доверия и поддержки жителей. Одним из таких примеров можно назвать, реализуемый в Вологодской области второй год подряд проект «Команда Губернатора – Ваша оценка».

В рамках данного Проекта Губернатор инициирует оценку деятельности органов исполнительной власти и органов местного самоуправления со стороны населения области. При этом, оценка осуществляется тремя основными способами: путем Интернет-опросов, в ходе бланковых опросов и посредством опросов представителей экспертного сообщества. В Интернет-опросе может принять участие любой желающий, имеющий доступ к сети Интернет и мобильный телефон. Бланковая оценка осуществляется в зданиях администраций муниципальных районов, городских округов и сельских поселений. При этом сами бланки можно получить как в местах «голосования», так и вырезать из официальных печатных изданий, в которых они публикуются. Оценка со стороны экспертов производится посредством комплектования экспертных групп – по 5 человек для каждого органа власти и органа местного самоуправления.

В целях повышения обоснованности выставляемых оценок, в период реализации Проекта на сайте Губернатора размещаются публичные доклады о результатах деятельности органа государственной власти или органа местного самоуправления. Средний объем такого доклада составляет порядка 30 страниц. Также в соответствии с графиком назначается время и место для публичного доклада руководителя органа власти, на котором должны присутствовать и выбранные для оценки деятельности данного органа власти эксперты.

По информации организаторов Проекта в 2013 году в период его реализации было поставлено порядка 20 тысяч оценок через Интернет и 110 тысяч голосов получено посредством бланкового голосования. Каждый руководитель органа государственной власти и все заместители Губернатора получили соответствующую оценку, в ходе чего был сформирован «рейтинг общественной оценки». Данный рейтинг был использован Губернатором для принятия различного рода управленческих решений, в том числе кадровых. Стоит отметить, что в соответствии с Положением о проекте, он заявляется именно как «кадровая технология».

По сравнению с 2013 в 2014 году значительно расширилась «география» проекта, так как в систему оценки были включены не только руководители региональных органов государственной власти, но и руководители муниципальных районов и городских округов области. Был уточнен порядок участия общественных экспертов в оценке деятельности органов власти и местного самоуправления, в определенной степени уточнены критерии оценки.

Опыт реализации данного Проекта позволяет обратить внимание, как на ряд его несомненных плюсов, так и на проблемы, решение которых целесообразно учитывать при повторении подобного опыта. К сильным сторонам Проекта можно отнести:

- Общее повышение открытости органов государственной власти и местного самоуправления, в первую очередь за счет публикации в открытом доступе докладов о результатах деятельности и привлечения внимания населения к этим докладом;
- Вовлечение жителей региона для участия в Проекте повышает уровень понимания населением содержания деятельности чиновников, способствуя укреплению взаимного доверия региональной власти и населения;
- Развивается система обратной связи между населением и региональной властью. Власть получает информацию об уровне «общественного доверия», «предложения и замечания» от населения. У населения повышается доступ к информации о деятельности органов власти и появляются хотя и слабые, но дополнительные рычаги влияния на решения власти, в том числе кадровые;
- Развивающаяся система общественной оценки является реальным стимулом для региональных чиновников корректировать свой стиль общения с жителями;
- Соревновательный эффект, возникающий в ходе борьбы за место в рейтинге заставляет руководителей органов власти более внимательно относиться к опыту коллег, позволяющему повысить шансы на получение более высокой общественной оценки.

В тоже время внимательный анализ опыта реализации Проекта, позволяет говорить о некоторых возникающих проблемах:

- Техника «голосования», как в ходе Интернет-опросов, так и с использованием бланков оставляет достаточно широкий простор для манипуляций результатами всем участникам, в т.ч. возможность различного рода «накруток»;
- Недостаточно высокая определенность критериев оценки деятельности органов власти и в целом слабая методология оценки не позволяет добиться необходимого уровня надежности и достоверности информации о результатах деятельности органа власти, в т.ч. по такому показателю, как удовлетворенность населения;
- Не вполне прозрачен механизм определения итоговых оценок и соответственно – места в рейтинге, что несколько снижает доверие к результатам такой оценки.

Ответ на вопрос о том, чем в большей степени является, существующая в нашей стране практика общественной оценки деятельности органов власти (в том числе и описанная на примере Вологодской области) – PR-технологией, ориентированной на манипуляцию общественным сознанием или управленческим инструментом обратной связи, скорее всего, лежит в области понимания того, какой инструментарий при этом используется: социологические методы и методы организационной диагностики или PR-инструменты, направленные на улучшение имиджа конкретного руководителя.

Хотелось бы думать, что те проблемы и недостатки, которые возникают в ходе практической организации властью общественной оценки собственной деятельности, являются всего лишь «болезнями роста», связанными с недостатком опыта. А общий вектор движения выбран совершенно верно, что в недалеком будущем позволит сделать такую оценку реальным управленческим инструментом повышения эффективности деятельности органов власти на всех уровнях!

О.Ю. Юрьева

КАРЬЕРНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ БУДУЩИХ ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

ЮРЬЕВА Ольга Юрьевна – аспирант кафедры государственного муниципального управления и социологии Казанского Национального Исследовательского Технологического Университета. E-mail: jurjeva.olya@gmail.com.

За последние годы в сфере государственной службы произошли значительные изменения, однако данные социологических исследований свидетельствуют о низком уровне профессионализма государственной власти, высокой коррумпированности государственной службы, падении доверия граждан к государственным институтам и государственным служащим. Стоит отметить, что результативность государственной политики зависит не только от уровня профессионализма чиновников, но и от их личных качеств, мотивов и ценностных ориентаций.

Тема нашего исследования посвящена анализу карьерных ориентаций будущих госслужащих, которым предстоит в скором времени принять участие в формировании «отзывчивой» государственной и муниципальной службы, ориентированной на удовлетворение потребностей граждан и всего общества.

Объектом нашего исследования стали студенты, обучающиеся по программе «Малая академия государственного управления в Республике Татарстан», реализующейся на базе Казанского (Приволжского) федерального университета. Основным оператором реализации проекта на базе КФУ является Высшая школа государственного и муниципального управления, которая вместе с Аппаратом Главного федерального инспектора в Республике Татарстан организовала конкурсный отбор участников Проекта на 2013/2014 годы на принципах полной открытости. Единственными

ограничениями для участия в конкурсе были возрастные требования. Конкурсный отбор претендентов был организован по специальной программе с использованием технологий центра оценки и форсайт-технологий и длился для каждого претендента два полных рабочих дня. В результате участниками программы стали 130 студентов различных вузов Казани и других городов Республики, обучающихся по различным специальностям. Возрастной состав участников 21–22 года. Гендерный состав участников: юноши 69 человек, девушки 61 человек.

Предметом исследования стали карьерные мотивы и ориентации студентов, планирующих поступление на государственную службу республики. Отметим, что проблема трудовых ценностей и ценностных ориентаций, как правило, изучается с применением формализованных методик, чаще всего с помощью стандартизированных интервью через вопросы с предлагаемыми вариантами ответов на них. Однако для более всестороннего и глубокого изучения этой проблемы необходимо привлекать другие, более «мягкие» методы, которые позволили бы исследователям понять, какой смысл вкладывает респондент в содержание той или иной ценности. Это обстоятельство побудило нас использовать метод кейс-стади (**case study**), очевидным достоинством которого является возможность получения более глубокой информации о латентных процессах, скрытых механизмах социальных отношений¹⁶.

Для проведения кейс-стади были созданы некоторые условия, т.е. была обеспечена уникальность исследовательской проблемы. Определилось 2 условия:

- 1 Все исследуемые обучаются в проекте «Малая академия государственного управления в Республике Татарстан».
- 2 все исследуемые претендуют на поступление на государственную службу Республики Татарстан.

Специфика используемого метода кейс-стади определила нашу исследовательскую стратегию: для более детального анализа карьерных мотивов использовать симбиоз количественных и качественных методик, а именно метод групповых бесед, метод письменного тестирования и полуструктурированного интервью. Для проведения обследования были установлены 1 сеанс письменного тестирования (45 мин), 6 сеансов групповых бесед (по 1 ч 20 мин – один сеанс) и 12 сеансов полуструктурированного интервью (по 1 ч – один сеанс).

В ходе письменного задания респондентам предоставлялся список мотивов и карьерных ориентаций, состоящий из 40 пунктов, которые исследуемые должны были пронумеровать и оценить от 1 до 40, где 1 – самый важный мотив, а 40 – наименее значимый. В результате тестирования выяснилось, что молодое поколение, стремящееся связать свою жизнь с государственной службой, можно охарактеризовать как независимое и ориентированное на достижения. Наиболее значимыми карьерными мотивами были отмечены: *«интересная работа»*, *«свобода для самореализации»*, *«возможность приносить пользу»*, *«лидерство»*, *«уважение окружающих»*, *«общественное призвание»*, *«самостоятельное принятие решений»*. Менее популярны были мотивы *«престижная должность»*, *«возможность управлять людьми»* и *«материальный статус»*. В качестве низких ценностей были отмечены мотивы *«выгодные знакомства»* и *«социальные гарантии»*.

Вторым этапом обследования было проведение сеансов группового общения. Специфика групповой беседы состоит в том, что она способствует большему раскрепощению людей, провоцирует их на откровенность; как правило, респонденты не стараются произвести впечатление или что-то утаить, так как им предоставлялась возможность высказываться от лица коллектива¹⁷. Групповые беседы фокусируются на выяснении отношения к одной проблеме или явлению.

¹⁶ Козина И. Case study: некоторые методические проблемы. Рубеж (альманах социальных исследований). 1997. № 10-11. С. 178.

¹⁷ См.: Там же.

В нашем случае такой проблемой стала привлекательность государственной службы. Респондентам было задано 2 вопроса. В ходе обсуждения первого вопроса: **«Какие перспективы вы связываете с работой на государственной службе?»** выявилась характерная черта – в практически каждый респондент отождествляет свою будущую занятость в системе государственной службы с возможностью самореализации. Мы можем судить об этом по следующим оценкам: «...возможность получение нового опыта, реализации в новом для себя направлении, быть полезной, приносить новое в жизнь Республики Татарстан» (студент 1, девушка); «...применение знаний на практике, принятие решений, способствующих повышению эффективности осуществляемой деятельности» (студент 2, девушка); «...интересно заниматься деятельностью, связанной с техникой, применением на практике передовых технических решений и саморазвиваться» (студент 3, юноша).

Также в ходе групповой беседы была выявлена гендерная специфика ценностей. Так, для юношей перспективы работы на государственной службе связываются с развитием собственного потенциала: «...получение новых для себя знаний и возможность реализации потенциала...» (студент 4, юноша); «...возможность максимально быть эффективным на своем рабочем месте и помочь народу, ведь для этого и есть государственные служащие» (студент 5, юноша). В ответах девушек более замечена тенденция соответствовать в своей деятельности миссии государственной службы и желание приносить пользу стране: «..хочу максимально быть полезной на своем рабочем месте..» (студент 6, девушка); «..главная цель государственной службы – помочь населению, а значит это и моя цель..» (студент 7, девушка).

Обсуждение второго вопроса **«Чем ценна для Вас работа в государственных органах?»** позволило выделить следующие общие ценности: «...получение управленческого опыта..» (студент 8, юноша); «...значимая и интересная работа с интересными людьми..» (студент 9, девушка); «...престижная должность и уважение коллег..» (студент 10, юноша). Обсуждение второго вопроса также позволило выявить гендерные отличия в оценках. Так, для девушек актуальной ценностью выступает сама перспектива работы в команде: «Ценность госслужбы в возможности работать в команде высококвалифицированных людей, где каждый член команды уважает друг друга, прислушивается к мнению...» (студент 11, девушка); «...возможность чувствовать себя частью одной сплоченной команды..» (студент 12, девушка), а также установка на поддержку населения: «...знаю, что главная ценность –это помощь нашему населению во всех вопросах..» (студент 13, девушка), «..возможность услышать каждого гражданина нашей большой республики и максимально ему помочь» (студент 14, девушка). Рефлексия юношей отражает высокое значение самой способности эффективного принятия решений: «...верно оценить ситуацию и принять правильное решение и достичь максимального результата..» (студент 13, юноша); «..в кризисный момент не опускать руки, а находить правильные решения..» (студент 14, юноша).

Заключительным этапом в нашем обследовании явились 12 сеансов полуструктурированного интервью, фокусирувавшихся на уточнении уже полученных в предыдущих исследованиях данных. Были разработаны примерные вопросы: Почему вы выбрали для себя именно эту сферу деятельности? Насколько вы удовлетворены работой органов государственной власти? Что Вас удовлетворяет, а что нет? Что именно вы хотели бы изменить на государственной службе? Какие преимущества вы видите в работе на государственной службе? Какие вы можете назвать недостатки работы на государственной службе? В чем для вас заключается престиж государственной службы? и др.

Ответы на эти вопросы свидетельствуют о том, что для студентов приоритетны такие ценности, как возможность самореализации, помощь населению, желание быть эффективным и материально обеспеченным: «...хочу иметь хорошую работу с хорошей зарплатой..» (студент 15, юноша); «...полная отдача любимой работе, эффективность решений...» (студент 16, юноша); «...для меня важно слушать и слышать глас народа и стараться всегда помочь населению..» (студент 17, девушка). Главную ценность государственной службы они видят в ее способности принести пользу своей стране и обществу: «...чем лучше будет работа госслужащих, тем лучше и быстрее будет оказываться помощь населению» (студент 18, девушка).

При ответах на вопрос о желаемых направлениях изменения в деятельности государственных

органов выявилась установка на повышение качества социальных услуг: «...хочу быть полезной стране, потому что в семье, где я росла все были медики. Из практики бабушки, тети и мамы и других родственников у меня образовались зачатки мотивации на борьбу за здоровый образ жизни. Знаю наши села и деревни, в которых почти никакого медицинского обслуживания и поэтому хочу быть полезной нуждающимся слоям населения» (**студент 19, девушка**). В ходе интервью обнаружилась проблема, не обсуждаемая на предыдущих этапах исследования: респонденты озабочены низким статусом государственной службы, ее непрофессионализмом, низким качеством предоставляемых ею услуг. Во многих интервью было актуализировано стремление повысить имидж государственной службы: «...чтобы мои дети получали прекрасное образование в своей Республике и имели возможности для самореализации. ...ведь ценность государственной службы – это способность принести пользу населению, возможно не только на уровне Республики Татарстан, но и Российской Федерации» (**студент 20, девушка**); «...я буду примером для своих коллег, я хочу, чтобы государственные органы Республики Татарстан стали примером для других регионов» (**студент 21, юноша**) ; «...имидж нашей республики – это наша государственная служба, пора меняться вместе с новым веком и повышать имидж и престиж госслужбы!» (**студент 22, юноша**).

Таким образом, проведенное исследование дает основание для вывода о сформированности у будущих чиновников индивидуальных и профессиональных карьерных мотивов. Они имеют установку на достижение высоких результатов в своей профессиональной деятельности, стремятся получать новые знания и опыт, ориентированы на решение интересных и социально значимых задач, работу по повышению престижа государственной службы Республики Татарстан.

Литература

- 1 Козина И. Case study: некоторые методические проблемы. Рубеж (альманах социальных исследований). 1997. № 10-11. С. 177-189.

Н.А. Боченкова

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ФАКТОРЫ РЕГУЛЯЦИИ СОЦИАЛЬНОГО НАСТРОЕНИЯ В МЕГАПОЛИСЕ

БОЧЕНКОВА Наталья Александровна – аспирант кафедры социологии управления ГУУ, старший специалист управления организации исследований ВЦИОМ. E-mail: bochenkova@wciom.com.

В расширительном толковании социокультурная городская среда – это совокупность культурных ценностей, общепринятых норм, законов, правил, научных данных и технологий («ноу-хау»), которыми располагает городской социум и человек в данном пространстве для взаимодействий со всеми компонентами своей жизненной среды (природным, техногенным, информационным и др.).

В узком смысле чаще всего под социокультурной средой города подразумевается ее коммуникативно-информационный компонент – взаимосвязи и взаимодействия элементов городской среды в едином информационно-коммуникативном пространстве.

Мегаполис (от греч. *megas* – большой *polis* – город) – это определенная социально-территориальная общность, наделенная характерными чертами и специфическими отличительными возможностями, которые становятся условием становления, развития и существования людей, вовлеченных в общественные процессы. Мегаполисы – это не просто очень большие агломерации людей, а города, способные служить, по определению М. Кастельса, «узлами глобальной экономики, концентрирующими административные, производственные и менеджерские высшие функции на всей планете, осуществлять контроль средств массовой информации и воплощать реальную политику силы и символическую способность создавать и распространять сообщения» [1]. Понимание сущности социальных процессов населения столичных мегаполисов позволяет выявить глубинные смыслы процессов, происходящих в обществе в целом.

На протяжении всей человеческой истории центральные города, как прототипы современных мегаполисов и центры цивилизаций формировали системы общественных ценностей, интегрировали социокультурную жизнь общества. «Народы, государства, политика и религия, все искусства, все науки покоятся на единственном прафеномене человеческого существования, на городе» – писал О. Шпенглер. На разных этапах развития культуры именно город фиксировал социокультурный потенциал и характер организации общества той или иной эпохи. [2]

Следовательно, и факторы регуляции жизнедеятельности социума можно распределить в соответствии с отдельными социальными институтами. Как писал Фролов С.С. в своем учебном издании «Общая социология»: «Социальная практика показывает, что для человеческого общества жизненно необходимо закрепить некоторые типы социальных отношений, сделать их обязательными для членов определенного общества или определенной социальной группы» [3]. На практике видно, что социальное настроение жителей современного мегаполиса так же регулируется с помощью определенных факторов, закрепленных в рамках социальных институтов.

Социальное настроение отражает отношение населения к важнейшим аспектам жизни и формирует основу для восприятия социальной политики на всех ее уровнях. Необходима диагностика перед разработкой социальной политики, следовательно, нужно выявлять факторы формирования социального настроения. В совокупности даже влияние негативного фактора может гаситься положительным, что в свою очередь может быть ключевым моментом социальной политики государства. Важнейшую роль в исследовании социального настроения играют работы отечественных социологов, рассматривающих влияние на поведения социальных групп социально-демографических факторов (Е.С. Ярская-Смирнова, М.И. Елютина, Л.С. Яковлев), социального статуса и культурного стиля (Л.И. Ионин), географии проживания (Л.К. Руденко), этнического самосознания (Ю.Д. Арутюнян, А.С. Григоренко), политических ориентаций факторов власти (А.С. Дмитриев, С.К. Барзилов, В.И. Волков, П.Д. Романов) и других.

Индекс социального настроения отражает латентное общественное мнение к основным проблемам жизнедеятельности общества. Существует необходимость регуляции, перехода, а так же нейтрализации депрессивных факторов мегаполиса через институциональное управление. Так как по своей сути среда мегаполиса является во многих ее аспектах депрессивной средой, влияющей на психологическое самочувствие отдельного индивида, а, следовательно, и социальное настроение населения данной среды. Как было сказано в интервью на канале “Доверие” с известным психотерапевтом, что 80% населения жителей современного мегаполиса находятся в состоянии социальной депрессии.

Примером наиболее депрессивной среды социума является социокультурная, которая несет в себе различные факторы воздействия. Расширение прогностических возможностей использования в практике социального управления индекса социального настроения (ИСН), как обобщенного показателя массовых настроений различных социально-демографических групп, поможет в решении данной проблемы с точки зрения первичного этапа разрушения пессимистичного настроения жителей современного российского мегаполиса.

Социальное настроение является по своей сути неотложным, актуализированным, реальным сознанием, управляющее жизнью человека в настоящий момент времени. Также данный феномен представляет собой элемент реально функционирующего сознания, означающий практическую готовность к действию и являющийся предшественником и даже некоторым компонентом поведения. Наконец, социальное настроение – это фон, который «окрашивает» жизнь людей и показывает с высокой степенью вероятности направленность их поведения, помогая спрогнозировать возможные усиления позитивных и ослабление негативных аспектов общественного сознания в целом.

Показателем первого уровня структуры социального настроения выступает непосредственно потребность в самосохранении себя как социального существа, члена группы и общества, оценка уровня и степени благополучия определенной микросреды. Второй уровень структуры занимает рассмотрение оценки и самооценки социального статуса, социального положения, отражающие представления людей об их социальных ролях и престижности данных ролей в обществе. Третий уровень структуры социального настроения включает социальные притязания и ожидания, проявляющие себя в ценностях, установках, убежденности и готовности к определенному действию. На данном уровне проявляется воля, упорство и осознанное стремление к достижению определенных поставленных целей, а так же жизненные ориентации. Последним уровнем этой структуры выступает социальная позиция, базу которой составляет мировоззрение в качестве системы взглядов на мир, которая оказывает вполне существенное влияние на деятельность человека и общества в целом. Итак, социальное настроение представляет собой многокомпонентное, многоплановое, явление, которое оказывает важное, а порой даже решающее воздействие на общественные процессы и социальные институты.

В монографии Ж.Т. Тощенко и С.В. Харченко [4] анализируются результаты и причины парадоксальности функционирования данного явления на разных этапах общественного развития, рассматривается роль неформальной и формальной информации в регулировании социального настроения. Отдельная глава монографии посвящена измененным формам социального настроения, неадекватно отражающие происходящие процессы в обществе. Значительный разрыв между реакцией и действительностью субъектов конкретного социального процесса может возникать по нескольким причинам. Одна из причин – это ограниченные возможности людей в познании, восприятии и понимании явлений окружающего мира во всей их полноте.

Вторая связана с глобальным по отношению к индивиду характером отдельных условий (пример: политический беспредел, теневая экономика), третья причина определяет умышленное искажение природы и сущности общественных процессов, являющихся обычно результатом воплощения какой-то воли, корпоративных целей, амбиций, политических и социально-экономических организаций. Здесь мы имеем дело с манипуляцией общественным сознанием, навязыванием установок и ценностей, чуждых людям, но в которых заинтересованы определенные общественные (чаще – политические) силы.

Специфика социологического подхода к изучению социального настроения выражена в утверждении, что социальное настроение является интегральным образованием, которое обладает

высокой степенью динамики, возникающей в результате накопления определенного комплекса разнородных показателей и характеристик социального состояния индивида, массы и группы людей, определенно трудно сводимых, но при этом образуют в совокупности устойчивое социальное явление.

Эмпирические замеры социального настроения направлены на фиксацию степени социальной и политической напряженности [5]. Социальное настроение понимается как средство согласования интересов разных участников исторического процесса, достижения компромисса. Эффективность саморегуляции повышается в тех случаях, когда целенаправленно ослабляются или снимаются препятствия, тормозящие развитие определенного процесса. Знание закономерностей и специфики функционирования феномена социального настроения в обществе становится одним из необходимых условий достижения согласия между социальными группами.

На основе данных, которые были получены в ходе исследований общественного мнения жителей мегаполиса за 5 лет, начиная с марта 2009 г. и заканчивая сентябрем 2013 г., можно проанализировать некоторую зависимость ответов на каждый вопрос блока социального настроения. Объектом исследования выступали жители г. Москвы и г. Санкт-Петербург в возрасте от 18 и свыше 65 лет. Проводилось всего десять исследований с выборочными совокупностями по 170 анкет (118 Москва и 52 анкеты Санкт-Петербург). Лонгитюдное исследование позволило отследить динамику изменений факторов социального настроения на протяжении пяти лет. Вот таким образом выглядит суммарная матрица за все года:

Таблица 1 Факторный анализ социального настроения жителей мегаполиса за 5 лет

Матрица компонент (факторный анализ за 5 лет, с 2009 по 2013 г.)		
Вопросы анкеты	Компонента	
	1	2
q1Как бы Вы оценили в настоящее время материальное положение Вашей семьи?	-0,01	0,84
q2Если говорить в целом, то в какой мере Вас устраивает сейчас жизнь, которую Вы ведете?	-0,02	0,53
q3Как Вы считаете, через год Вы (Ваша семья) будете жить лучше или хуже, чем сейчас?	0,94	-0,01
q4Насколько Вы согласны с тем, что дела в стране идут в правильном направлении?	0,97	0,01
q5Как бы Вы оценили экономическое положение России?	0,98	0,01
q6Как бы Вы оценили в целом политическую обстановку в России?	0,96	0,01

Коэффициент корреляции Пирсона, характеризующий существование линейной зависимости между величинами, в данном случае связь явно проглядывается между следующими вопросами (переменными) в разрезе 1-ой компоненты:

- 1 q3Как Вы считаете, через год Вы (Ваша семья) будете жить лучше или хуже, чем сейчас?
- 2 q4Насколько Вы согласны с тем, что дела в стране идут в правильном направлении?
- 3 q5Как бы Вы оценили экономическое положение России?

А так же в разрезе 2-ой компоненты существует чуть менее сильная связь между другими переменными:

- 1 q1Как бы Вы оценили в настоящее время материальное положение Вашей семьи?
- 2 q2Если говорить в целом, то в какой мере Вас устраивает сейчас жизнь, которую Вы ведете?

Под 1-ой компонентой в рамках факторного анализа понимается мнение людей на вопросы, связанные с обстановкой дел в стране и перспективами ее развития в будущем с точки зрения экономического и политического института.

Что касается 2-ой компоненты, то здесь видна вполне выраженная связь между материальным положением респондента и личной удовлетворенностью его настоящей, собственной жизнью. Что подразумевает вполне логичную прямую зависимость, которую и подтверждает матрица факторного анализа.

Как показывает коэффициент Пирсона в таблице сопряженности за 5 лет, существует сильная связь между представлениями респондентов на будущее о состоянии жизни собственной семьи (вопрос q3) и представлениями о том, идут ли дела в стране в правильном направлении ($K_p = 0,87$). Так же наличие сильной связи наблюдается между вопросом q3 (Как Вы считаете, через год Вы /Ваша семья будете жить лучше или хуже, чем сейчас?) и оценкой экономической положения России ($K_p = 0,90$), оценкой политической обстановки России ($K_p = 0,87$), а так же внешней политики ($K_p = 0,90$). Из всех социально-демографических признаков респондента при анализе данного вопроса q3 видна связь только с материальным положением ($K_p = 0,90$), а именно с вопросом q15_9 (Каким был размер Вашего заработка, доходов от основной работы, полученных в прошлом месяце, включая премии, отпускные).

Таким образом, в сознании людей существует четкая связь представления о правильном развитии дел в стране, а именно проведение экономической, социальной и внешней политики наших властей, и улучшением собственной жизни россиян, проживающих в мегаполисе. Причем связь так же существует и с настоящим экономическим и политическим положением дел в стране.

Явно выделяется из всех других влияние именно экономического фактора на формирование социального настроения жителей мегаполиса. На протяжении всех пяти лет исследования вопросы о материальном положении и экономическом состоянии страны в целом имели сильную связь с остальными вопросами анкет, в отличие от других заявленных факторов.

Литература

- 1 <http://www.dissercat.com/content/tsennostnye-orientatsii-molodezhi-rossiiskogo-megapolisa#ixzz2r49spapH>
- 2 <http://www.dissercat.com/content/tsennostnye-orientatsii-molodezhi-rossiiskogo-megapolisa#ixzz2r49spapH>
- 3 Фролов С.С. Социология. Учебник. Для высших учебных заведений. М: Наука, 1994 – 256 с.
- 4 Тощенко Ж.Т., Харченко С.В. Социальное настроение. М., 1996. См. также: Тощенко Ж.Т. Новые грани теоретической социологии: социальное настроение как объект социологического анализа // Проблемы теоретической социологии. Сб. статей. / Под ред. А.О. Бороноева. СПб., 1996. Вып. 2
- 5 Ярская-Смирнова Е. и Романов П., Методы прикладных социальных исследований. М.: Норт-медиа, Вариант, 2009.

Е. Галицкая, И. Иванова, Е. Петренко ГРАЖДАНСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РОССИЙСКОГО ДОБРОВОЛЬЧЕСТВА

ГАЛИЦКАЯ Елена Геннадьевна – заведующая отделом обработки и анализа данных Фонда Общественное Мнение, доцент кафедры маркетинга Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: galicelena@yandex.ru

ИВАНОВА Инна Игоревна – ведущий специалист Фонда Общественное Мнение. E-mail: ivanova.rzn@gmail.com

ПЕТРЕНКО Елена Серафимовна – кандидат философских наук, управляющий директор Фонда Общественное Мнение, доцент кафедры Методов сбора и анализа социологической информации Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». E-mail: petrenko@fom.ru

Развитие добровольческого движения, наблюдаемое и обсуждаемое в последние несколько лет, актуализирует проблему социологического изучения этого феномена. С одной стороны, в современном российском обществе уже сформировались акторы добровольчества, как и запрос к социологам в отношении динамики численности добровольцев в населении, факторов, влияющих на освоение населением добровольческих практик, барьеров развития добровольческого движения. С другой стороны, доля организованных добровольцев (включенных в деятельность общественных организаций) в населении мала; нет четкого понятийного аппарата; налицо слабая институционализация добровольческого движения. Эти и другие факторы лежат в основе того, что методика социологического изучения феномена добровольчества на сегодняшний день является, скорее, предметом для обсуждения, чем общепринятой и разделяемой исследовательской процедурой. Ниже – описание разработанных в Фонде Общественное Мнение предложений по измерению гражданского потенциала российского добровольчества и результаты проведенных исследований.

Судя по данным всероссийских опросов населения по технологии «ФОМнибус»¹, в организованное российское добровольчество (заявили о своем опыте участия в работе общественных организаций) включены 3% взрослых россиян. Однако потенциал развития движения весьма высок: примерно 37% респондентов включены в те или иные формы помогающего поведения, и/или движения одного требования, и/или занимаются общественными проблемами по месту жительства.

Для ответа на вопрос, как измерить потенциал российского добровольчества, ФОМ разработал два индекса – гражданского климата и гражданского поведения.

Под «гражданским климатом» понимаются представления, принятые в данном социуме, о взаимном доверии на дальней и на ближней социальной дистанции и о готовности к солидарным действиям. Такие представления являются устоявшимися мировоззренческими синдромами, которые можно рассматривать как индикаторы «гражданского климата» в рассматриваемом социуме. Социально одобряемые представления членов сообщества о доверии людям вообще и о доверии близкому окружению, а также вербально выраженную готовность объединяться с другими людьми, если интересы совпадают, были использованы как исходные переменные для расчета индекса гражданского климата данного сообщества. В практике международных и отечественных исследований уровень социального доверия, т.е. доверия на дальней дистанции (людям вообще) принято измерять долей респондентов, согласившихся с суждением: «большинству людей можно доверять»; уровень межличностного доверия, т.е. доверия на ближней дистанции (близкому окружению) измеряется долей согласных с суждением «людям из моего окружения можно доверять»; и, наконец, готовность к солидарным действиям – долей «готовых объединяться для совместных действий, если интересы совпадают».

Индекс «гражданского климата» рассчитывался по следующим ответам на три тестовых вопроса²:

- 1) большинству людей можно доверять ($V_1=1$, если ответ выбран);
- 2) большинству из моего окружения можно доверять ($V_2=1$, если ответ выбран);

¹ ФОМнибус – репрезентативный опрос населения старше 18 лет, жители 100 городских и сельских населенных пунктов в 43 субъектах РФ. Выборка – 1500 респондентов. Интервью по месту жительства респондентов. Статистическая погрешность не превышает 3,6%.

² Тест состоит из 3-х вопросов: 1) Как Вы считаете большинству людей можно доверять, или в отношениях с людьми следует быть осторожными? 2) А если говорить о людях, которые окружают лично Вас, то большинству из них можно доверять, или в отношениях с ними следует быть осторожными? 3) Есть люди, готовые объединяться с другими для каких-либо совместных действий, если их идеи и интересы совпадают. И есть люди, не готовые объединяться с другими, даже, если их идеи и интересы совпадают. К кому бы Вы отнесли себя – к первым или ко вторым?

- 3 готов(-а) объединяться для совместных действий, если интересы совпадают ($V_3=1$, если ответ выбран).

Для построения индекса использовался метод главных компонент. Анализ зависимости первой (и единственной, которая объясняет больше дисперсии, чем одна исходная переменная) главной компоненты от исходных данных позволил вывести формулу для расчета индекса:

$$Ind_{гк}=(2*V_1+2*V_2+V_3)/5*100. \quad (1)$$

Индекс «гражданского климата» рассчитывается в балах и изменяется от 0 до 100. Его значение для той или иной социальной группы вычисляется как среднее по респондентам, входящим в эту группу. Среднее значение по населению равно 45-и балам. Таким образом, можно сказать, что индекс «гражданского климата» измеряет ценностные ориентации респондентов (установки на социальное и межличностное доверие, готовность к солидарным действиям).

Теперь от измерения мировоззренческих гражданских ценностей перейдем к измерению гражданской активности. Чтобы получить представление об установках россиян на конструктивную гражданскую активность, респондентам был предложен тест на готовность к тем или иным действиям в трех ситуациях – помощь жертвам стихийного бедствия, очистка от мусора территории соседнего лесопарка и протестная акция против фальсификации результатов выборов. Если хотя бы в одной из ситуаций респондент заявлял, что он готов организовывать соответствующую акцию, то ему присваивалась роль «организатора» (24% – это усредненные данные по четырем всероссийским репрезентативным опросам, суммарно опрошено 6000 респондентов). Если кто-то среди остальных респондентов (не организаторов) хотя бы в одной из ситуаций заявлял, что готов принять участие в акции, то ему присваивалась роль «участника» (52%). Если кто-то среди оставшихся респондентов (не организаторов и не участников) хотя бы в одной из ситуаций заявлял, что готов пожертвовать деньги для проведения акции, то ему присваивалась роль «донора» (11%). Остальных респондентов (не организаторов, и не участников, и не доноров) будем числить «пассивными» (14%), не участвующими в рассматриваемых гражданских действиях.

Кроме построения ролевых групп по ответам респондентов на три тестовых вопроса, конструировался индекс, который измеряет установку респондентов на «гражданское поведение». Для расчета индекса использовалась следующая схема: готовность организовывать массовые гражданские действия оценивалась в 3 бала; готовность в них участвовать – в 2 бала; готовность пожертвовать деньги для их проведения – в 1 балл. Таким образом, максимально по ответам на один вопрос респондент может набрать 6 баллов (все 3 формы участия), минимально – 0 (ни одной из форм участия). Набранная респондентом сумма баллов нормировалась делением на 6 и умножением на 100. Так рассчитывались значения ситуационных индексов по каждому из трех вопросов: Ind_1 , Ind_2 , Ind_3 . Для построения индекса «гражданского поведения» по ситуационным индексам использовался метод главных компонент (применение метода статистически обосновывается). Анализ зависимости первой (и единственной, которая объясняет больше дисперсии, чем одна исходная переменная) главной компоненты от ситуационных индексов позволил вывести формулу для расчета индекса «гражданского поведения»: $Ind_{гп}=(Ind_1+ Ind_2+ Ind_3)/3$. Т.о., построенный индекс может изменяться от 0 до 100 баллов. Значение индекса «гражданского поведения» для той или иной социальной группы вычисляется как среднее по респондентам, входящим в эту группу. Среднее значение $Ind_{гп}$ по населению равно 25 балам. Самое высокое значение индекса «гражданское поведение» имеют *организаторы* – 48 баллов. Для *участников* $Ind_{гп}$ равно 23 балам, а для *доноров* – 9. И только лишь 14% респондентов являются пассивными, для них $Ind_{гп}=0$. Даже на декларативном уровне эти граждане не готовы к гражданскому поведению.

Естественно было бы предположить, что между гражданским климатом и гражданским поведением существует прямая зависимость. Однако полученные результаты опровергают это предположение – корреляционная связь между мировоззренческими ценностями (гражданским

климатом) и поведенческими установками (гражданским поведением) практически отсутствует ($\rho=0,13$).

На основе индексов гражданского климата и гражданского поведения был разработан еще один индекс – «гражданского потенциала».

Гражданский потенциал – это евклидово расстояние от начала координат до точки на плоскости $Ind_{гр}, Ind_{гк}$, деленное на $\sqrt{2}$. Гражданский потенциал рассчитывается в баллах и изменяется от 0 до 100. Значение гражданского потенциала для той или иной социальной группы вычисляется как среднее по респондентам, входящим в эту группу.

Если говорить о выводах, полученных на основе анализа значений описанных выше индексов в различных социальных группах, то сегодня авангард российского гражданского движения состоит из тех, кто включен в деятельность двух и более общественных организаций, а также из тех, кто имеет опыт участия в протестных акциях. Второй эшелон российского гражданского движения – среда, из которой рекрутируются представители первого эшелона, – это их ближний круг (друзья и знакомые) и активисты, которые уже сегодня как минимум эпизодически включаются в добровольческую деятельность.

А.Ш. Дубина

СОЦИАЛЬНЫЙ ЭФФЕКТ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ (НА ПРИМЕРЕ КРУПНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ Г. ПЕНЗЫ)

ДУБИНА Альбина Шагидумовна – ассистент кафедры «Управление инновациями» Пензенского регионального центра высшей школы (филиал) федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Российский государственный университет инновационных технологий и предпринимательства» E-mail: misurin@bk.ru.

В современных реалиях развития российского общества возникает острая необходимость оказания помощи развитию и поддержки промышленного производства страны, а также повышения конкурентоспособности российских промышленных предприятий как внутри страны, так и за рубежом. Ведь промышленность, оказывает глобальное воздействие на социально-экономическое развитие страны в целом. В настоящее время промышленная политика является одной из составных частей стратегии социального развития общества, основанной на системе отношений между государственными и местными органами власти, региональными субъектами, научными и общественными организациями по поводу формирования структурно-сбалансированной, конкурентоспособного производства, интеллектуальное целое которое представлено современным технологическим укладом. Повышение конкурентоспособности предприятия требует постоянного внимания со стороны руководства к решению двух взаимосвязанных задач. Первое, это повышение качества продукции, второе – снижение издержек на производство единицы продукции, а значит конкурировать по цене.

Определенно, что путь повышения качества продукции является высоким технико-технологическим уровнем производства. Поэтому внедрение современного оборудования и усовершенствование технологических процессов не только обеспечивает более высокое качество продукции, но и вызовет рост производительности труда, что позволит снизить издержки производства.

Также стоит обратить внимание на социальный эффект от подобных мероприятий. Например, в сфере охраны и безопасности труда произойдет создание комфортных рабочих мест, улучшение психофизиологических условий труда, развитие трудовых ресурсов и качества человеческого капитала.

Безусловно, технико-технологическое перевооружение в современных социально – экономических условиях требует значительных материальных вложений, которыми сами предприятия, зачастую, не обладают, следовательно вынуждены находить средства вовне. Такая задача стоит и перед

крупными промышленными предприятиями г. Пензы. Автором были проведены социологические исследования среди работников крупных промышленных предприятий, (2011 год n=496; 2012 год n=720). ОАО «Маяк», ОАО «Пензтяжпромарматура», ОАО «Пензмаш», ООО «Заря» проведены интервью с работниками обследованных предприятий.

Результаты социологических исследований проведенных автором позволили разделить обследованные предприятия на экономически эффективные и экономически не эффективные, По результатам исследования процент работников, которые удовлетворены своей работой на экономически успешных предприятиях (ОАО «Маяк» и ОАО «ПТПА»), достаточно высок. Что касается работающего персонала экономически не успешных предприятий (ООО «Пензенский часовой завод «Заря» « и ОАО «Пензмаш»), то ситуация здесь обстоит иным образом. Большая часть респондентов этих предприятий не удовлетворена своей работой (87% и 69% соответственно) что, соответственно отражается на их профессиональной деятельности. Причина состоит в том, на заводах низкая оплата труда, условия труда неблагоприятны для работы, выпускаемая продукция не является конкурентоспособной и не соответствует запросам современного рынка, вследствие чего данные заводы являются отстающими и неприбыльными.

Таким образом, экономически не эффективные промышленные предприятия нуждаются в целенаправленной поддержке государства, обеспечения приоритетных стратегических направлений развития российской экономики.

Таким образом, возникает необходимость в разработке методологических подходов и методического инструментария управления инвестиционным процессом в социально-экономических системах, прежде всего, на уровне промышленного предприятия, позволяющих оценивать и сравнивать условия их развития, корректировать порядок распределения ресурсов в зависимости от инвестиционной привлекательности социально-экономических систем.

При условии привлечения инвестиций и ведения грамотной политики государства в отношении деятельности промышленных предприятий можно добиться экономического роста и благосостояния экономически не эффективных предприятий. Как показывает зарубежный и отечественный опыт успешных предприятий, уверенность работника в своей социальной защищенности является более сильным и действенным стимулом к высокоэффективному труду, наряду с оплатой труда. В связи с этим, социальные инвестиции являются необходимым условием обеспечения социальной стабильности и формирования благоприятного социально-психологического климата в коллективе работников предприятия.

Литература

- 1 Абалкин Л.И. Экономическая стратегия России: проблема выбора. М., ИЭРАН, 1997.
- 2 С.Аминов. Системный подход к управлению инвестиционным процессом. Сб. «Управление экономической и социальной сферой: актуальные вопросы теории и практики». Изд. Дом «Экономический журнал». М., 2005
- 3 Официальный отчет Правительства Пензенской области [Электронный ресурс]. – URL: mineconomic.pnzreg.ru/economic...sovets_06_11_12.doc
- 4 Патрушев, В. Д. Труд и досуг рабочих (бюджет времени, ценностные мотивы) / В. Д. Патрушев. – М.: Изд-во Ин-та социологии РАН, 2006.

Ф.Ф. Ишкинеева

ВОЗМОЖНОСТИ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОГО ПОДХОДА В ИССЛЕДОВАНИИ ФАКТОРОВ РИСКА РАЗВИТИЯ СЕРДЕЧНО-СОСУДИСТЫХ ЗАБОЛЕВАНИЙ.

ИШКИНЕЕВА Фарида Фалесовна – к.с.н., доцент кафедры социологии, заведующая лабораторией социологических исследований Казанского федерального университета. E-mail: farida1967@mail.ru

В последние годы продолжается депопуляция населения России, сохраняется высокий уровень смертности людей дееспособного возраста. Одной из наиболее распространенных причин смертности в России является заболевания сердечно-сосудистой системы.

По данным ВОЗ, Россия входит в число стран с самой высокой смертностью от сердечно-сосудистых заболеваний в мире.

Болезни системы кровообращения занимают лидирующие позиции и в структуре смертности жителей республики Татарстан. На протяжении нескольких десятилетий, в структуре смертности населения от 54 до 65% смертей от болезней системы кровообращения.

Показатели смертности от отдельных видов сердечно-сосудистых заболеваний в России принципиально отличаются от развитых европейских стран. В то же время анализ общепринятых, классических факторов риска развития сердечно-сосудистых заболеваний не дает полного объяснения расхождения между данными России и других стран. Длительность сохранения подобной тенденции на протяжении нескольких десятков лет свидетельствует о неизменности причин, детерминирующих социальное и физическое самочувствие населения России.

Для более глубокого анализа причин заболеваемости и смертности населения необходимы исследования, направленные на выявление факторов риска, характерных для России и ее регионов, а также анализ существующих в стране стандартов профилактики, диагностирования и лечения сердечно-сосудистых заболеваний. Эффективными могут быть проекты междисциплинарного характера, в которых одновременно реализуются медицинский (лабораторно-клинические исследования) и социологический (выявление специфики образа жизни, ценностных ориентаций, отношения к здоровью) аспекты исследования. Подобные исследования могут быть продуктивными с точки зрения выявления причин болезней и их профилактики, поскольку только на основе междисциплинарного подхода имеется шанс выявить как совокупность причин, определяющих факторы риска развития заболеваний различной этиологии, так и культуру здоровья, получить достоверную информацию о происходящих процессах, в том числе о социальном самочувствии населения.

Исследование представляет собой некий альянс социологов и медиков, который позволяет апробировать различные методики сбора и анализа информации, как социологические, так и лабораторно-клинические методы.

Цель исследования: анализ взаимосвязи социальных, генетических, биохимических и клеточных факторов риска развития сердечно-сосудистых заболеваний и отработка методик междисциплинарного подхода по сбору и обработке информации.

Ожидаемые результаты НИР:

- Разработка и выявление эффективных методик по сбору информации для проведения междисциплинарных исследований с учетом их экономической целесообразности;
- Внедрение методик междисциплинарного подхода анализа показателей социального и физического самочувствия населения РТ;
- Информационная база для единого интегрированного мониторинга здоровья населения РТ;
- Система эмпирически обоснованных количественных и качественных данных, характеризующих основные факторы риска развития сердечно-сосудистых заболеваний.
- База данных клиничко – диагностических параметров в исследуемой популяции (мужчины и женщины 40-44 лет);
- Новые данные о взаимосвязи социальных и медицинских факторов, обуславливающих риск развития сердечно – сосудистых заболеваний.

Литература

- 1 Демография России. Федеральная служба государственной статистики. <http://www.ruxpert.ru>.
- 2 (www.vitaminov.net) По уровню смертности населения Россия находится на уровне некоторых африканских стран.
- 3 Естественное движение населения муниципальных районов и городских округов РФ. Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по РТ. Казань. 2013. <http://www.tatstat.gks.ru>
- 4 <http://www.tatstat.gks.ru/wps/wcm/connect>

Ю. Ф. Косинцева
КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА
(ОПЫТ ПИЛОТНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

КОСИНЦЕВА Юлия Феокистовна – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры социальных технологий Института образования и социальных наук Северо-Кавказского Федерального университета. E-mail: ju.f.kosintseva@yandex.ru

Российское общество сегодня крайне дезинтегрировано, существенно снижена идентификация индивидов с большими социальными общностями. Положение усугубляется тем, что в условиях трансформации социально-экономической, социально-культурной системы страны значительная часть населения не может реализовать свои социально-экономические притязания, сохранить или повысить свой социальный статус. Последнее в свою очередь минимизирует потенциал социального и социально-экономического развития региона и муниципальных образований (районов, городов, иных поселений).

Оценка качества жизни в контексте жизненных ситуаций социальных субъектов (шире – местного населения) определяется ее способностью отражать некую целостную специфику производимых социальных практик во всех сферах жизнедеятельности индивидов. Отсутствие научно-обоснованной оценки позиций населения о качестве жизни, приоритетах социального развития региона снижает объективность в выявлении региональных социально-значимых проблем, определении социально приемлемых вариантов решений этих проблем.

В пилотном исследовании использовался метод полуструктурированного интервью. Выборка респондентов осуществлялась методом модифицированного «снежного кома» по непосредственной социальной сети независимых узлов. Была сформирована социальная сеть из одного концентратора сети (организатор исследования) и 18 независимых узлов непосредственной социальной сети интервьюеров. Опрос проводился с использованием смысловых блоков, позволяющих определить жизненную ситуацию респондентов: условия и уровень жизни, условия трудовой деятельности, социальные институты, характер доверия к ним, особенности социально-культурной ситуации в поселении. Респондентами были жители трех районов Ставрополя, входящие в непосредственную социальную сеть интервьюеров.

В опросе принимали участие 107 человек (57% женщин), что соответствует в целом гендерному составу генеральной совокупности (населению Ставропольского края). 84% респондентов живут непосредственно в Ставрополе, являются его старожилами (53%). Среди участников опроса представлены социальные субъекты разного возраста, различных уровней образования. Распределение респондентов по религиозной принадлежности в целом соответствует ситуации в регионе.

Оценка условий проживания, социальной инфраструктуры места жительства, ее доступности и безопасности показала, что для жителей города все социальные, культурные учреждения находятся в основном в пешеходной доступности, для жителей пригорода или сельского поселения доступность учреждения здравоохранения, образования, культуры и т.д. связана с использованием транспорта.

Второй блок содержал вопросы о социально-экономических условиях жизнедеятельности, условиях и качестве труда, традиционно рассматриваемых в качестве детерминант качества жизни, что

тесно связано с направлениями социально-экономического и социально-культурного развития региона/поселения. Анализ ответов показал, что большинство респондентов относятся к экономически активному населению, представлены практически все отрасли экономики края. Среди детерминант развития отраслей края респонденты назвали (по рангу) образование, здравоохранение, сельское хозяйство и культуру и искусство и социальную защиту; среди приоритетных действий по развитию социальной сферы назвали (по рангу) – повышение оплаты труда и профессиональную компетентность работников, затем – увеличение числа учреждений. Значительной поддержки предложение по повышению активности населения в управлении социальной сферой не нашло (выбор 15 респондентов).

Среди трудовых ценностей лидируют интересная работа и хороший заработок (перевес в 2%). Выяснение удовлетворенности трудом показало наличие проблем с условиями и организацией труда на предприятиях г. Ставрополя, значимость образования и дисциплинированности на рабочем месте. Одной из важнейших характеристик качества жизни респондентов является их материальное положение. В целом ответы позволяют констатировать продолжающееся улучшение материального положения: при среднем доходе на одного члена семьи 5-10 тыс. руб. возросло число тех, кто оценивает его как хорошее. Нет тех, кто оценивает свое положение как «очень плохое». В тоже время число оценивших материальное положение как «плохое» в примерно два раза выше, чем сокращение состояния «очень плохое». В тоже время сохранилось положение, связанное с гипотетической необходимостью материальной поддержки: за помощью в деньгах респонденты будут обращаться к родственникам, ближайшим друзьям и знакомым, банковская система занимает третье место. Обращение в органы социальной защиты оказалось непопулярным, что возможно связано как с недостаточной информированностью респондентов о местонахождении указанных организаций и учреждений (коррелирует с ответами о доступности социальной инфраструктуры), а также степени доверия респондентов (значительный перевес мнения «доверяю только себе»). Основные детерминанты организации жизнедеятельности, социальные институты, доступность информационного пространства, приоритеты граждан.

Респонденты прежде всего считают себя частью своей семьи – членом семьи, родителем, ее главой, а только затем гражданином РФ. Значимость профессионального статуса, принадлежности к трудовому или учебному коллективу еще ниже, а на последнем месте самоидентификация себя как жителя поселения. 55% респондентов считают, что в целом лучше живут, чем жители соседних областей или жителей других территорий края. При этом респонденты выделили и приоритетные, по их мнению, проблемы г. Ставрополя. Это неудовлетворительное медицинское обслуживание, высокие цены на продукты питания, товары и услуги первой необходимости, отсутствие работы и опасение потерять ее, рост преступности равно с межнациональной напряженностью.

Ответы на вопросы в достаточной мере позволили оценить удовлетворенность респондентов различными сторонами практики организации жизнедеятельности в муниципальном образовании, факторов тревожности в непосредственной жизненной ситуации в поселении, приоритетов в возможных способах решения этих проблем и надежд населения в образовании, социальной защите и здравоохранении.

Последний блок вопросов касался социального самочувствия, социального статуса и характера социальной активности респондентов, особенностях их социального взаимодействия. При самоидентификации респондентов прежде всего как граждан РФ, большинство достаточно недоверчиво относятся не только к представителям властных структур, но и к своему окружению, хотя и надеются на поддержку его в случае необходимости. Большинство респондентов политически пассивны, но и не рассматривают, например жилищный или гаражный кооператив как организацию или объединение граждан. Безоговорочно доверяют (большинство респондентов) только себе самому.

При этом считают, что их жизнь изменилась в лучшую сторону немного – 36%, осталась без изменений – 21%, существенно улучшилась – 17%, затруднились ответить 12%. В выявленной ситуации большинство респондентов смотрят на жизнь с уверенностью и оптимизмом – 58%, Спокойно, без особых надежд и иллюзий – 20%, что позволяет констатировать достаточной стабильности социальной

ситуации в местном сообществе. В то же время затруднились оценить или отказались отвечать 15%, в крайне сложной ситуации находятся 7% респондентов.

Таким образом результаты пилотного исследования показали, что использованный методический подход позволяет выявить позицию различных групп местного сообщества. Выяснено, что нестабильность в сфере социально-экономических процессов накладывает отпечаток на ситуации, с которыми приходится сталкиваться личности в процессе своего развития и построения жизненного пути. В указанном контексте определение качества жизни населения, приоритетов социального развития регионального сообщества в оценке социальных субъектов позволит выявить латентные социально-значимые проблемы.

Н.Б.Костина, В.А.Костин

СОЦИОЛОГИЯ В СОСТАВЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ЗНАНИЯ И УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

КОСТИНА Наталия Борисовна – доктор социологических наук, профессор кафедры теории и социологии управления Уральского института – филиала РАНХиГС. E-mail: natalya.kostyna@uapa.ru

КОСТИН Валентин Алексеевич – доктор философских наук, профессор кафедры теории и социологии управления Уральского института – филиала РАНХиГС. E-mail: valentin.kostin@uapa.ru

Современный менеджмент представляет собой 1) систему деятельности людей и способность к ее осуществлению, 2) систему знаний, вследствие чего актуализируются вопросы о типологии используемых в процессе управления знаний, значимости других видов социального знания для выполнения управленческих функций. Принципиальным отличием управленческого знания от других видов социального знания – социологического, экономического и др. – является его предписывающая составляющая.

Социальное знание отличается от естественно-научного тем, что первое является описательным, второе, кроме описательного аспекта, имеет еще и предписывающий. Описательное знание фиксирует то, что уже существует, либо происходит без участия конкретных субъектов. Предписывающее знание содержит информацию о том, что должен делать человек, решающий конкретную проблему в определенных условиях. В свою очередь, в составе и того, и другого вида социального знания можно выделить их подвиды. В частности, в описательном знании можно выделить такие подвиды как предметное и оценочное. Именно оценочное знание, используемое в управленческой деятельности (при разработке, принятии управленческих решений, контроле за их исполнением), вырабатывается социологией. Результаты, получаемые социологами при проведении теоретических и прикладных исследований, анализе эмпирических данных, оформляются в виде информации описательного типа, необходимой для осуществления управленческой деятельности. Этот вид информации можно обозначить термином «неуправленческая». Например, социологическая информация об уровне и качестве жизни различных социально-демографических, территориальных и других социальных групп, уровне и динамике доходов, оценках социальными группами названных и других факторов является неуправленческой. Но именно на основании этой информации принимаются управленческие решения органами государственной власти и местного самоуправления, направленные на совершенствование уровня и качества жизни людей, преодоление некоторых проявлений социального неравенства. Оценки различными группами населения осуществляемых в различных сферах социальной и культурной жизни (образовании, пенсионном обеспечении, культуре, и др.) реформ представляют собой неуправленческую информацию, очень важную для управляющих субъектов. Позитивные оценки сообщают о том, что осуществляемые реформы соответствуют интересам и ожиданиям населения, поддерживаются им, являются показателем качества управленческой деятельности, условием сохранения (либо восстановления) социальной стабильности.

Например, социальные оценки реформирования высшего профессионального образования в России акторами – преподавателями, студентами, представителями вузовского менеджерского корпуса,

выявленные в процессе социологического исследования, позволяют сделать выводы о: соответствии (несоответствии) результатов реформирования поставленным целям; факторах, препятствующих успешному проведению мероприятий реформы; проблемах, возникших в процессе реформирования. Успешность осуществления мероприятий реформы во многом определяется позицией субъектов, непосредственно участвующих в их реализации. Поддержка ими проводимых реформ – условие достижения запланированных результатов, их отрицание, выражающееся подчас в имитации необходимых действий – путь к отрицательному результату, даже – к «провалу» реформ. В связи с этим мониторинг социальных оценок акторами реформирования (участниками реализации реформ, при этом не являющимися субъектами принятия решений) представляет собой важное информационное условие управления современным высшим профессиональным образованием.

Применительно к бизнесу, деятельности коммерческих предприятий неуправленческой можно считать информацию и факторах внешней среды: состоянии рынка, потребительском поведении, уровне и структуре спроса, фирмах-конкурентах, возможных вариантах действий и т.п. Именно на основе анализа этой информации и принимаются управленческие решения менеджментом организации. И значительную долю этой информации «поставляет» именно социология – в виде анализа статистических данных, результатов прикладных исследований. Таким образом, описательное знание, важную часть которого составляет знание социологическое, становится условием и основой разработки знания предписывающего, составляющего «квитэссенцию» управленческого знания.

Неуправленческая информация может быть структурирована по разным основаниям. В зависимости от ее роли она подразделяется на текущую, обслуживающую оперативное управление, и стратегическую, необходимую для разработки стратегий и их реализации. И в том, и в другом виде информации значителен «удельный вес» социологического знания – и теоретического, и особенно – прикладного. По форме неуправленческая информация может быть формализованно-систематизированной и качественной. Первая представляется в виде показателей, социологических данных в виде таблиц, диаграмм, вторая – в форме оценок и суждений (например, результаты фокус-групп, неформализованных интервью).

Предписывающее управленческое знание представлено обобщенным – методологическим, и конкретным – проектным – уровнями. Методологическое воплощено в принципах, проектное – в конкретных управленческих решениях, проектах предприятий и фирм, мероприятий и др. Методологическое управленческое знание, представленное в виде принципов, значимо для процесса принятия управленческих решений тем, что ориентирует на определенные технологии, оценку факторов, выявление связей между сторонами, субъектами. Проектное знание содержит информацию и должных действиях при решении практических управленческих проблем, организации действий субъектов и акторов, направленных на решение задач. Если рассматривать эти виды управленческого знания в историческом контексте, то первым появилось знание проектное – как конкретные решения (их совокупности) относительно целей, субъектов действий, способов осуществления последних, коммуникаций, и т.д. Знание, представленное в виде управленческого проекта, не что иное как конкретный образ того, как люди должны действовать в определенных условиях. Проект – информация, на основе которой организуются действия исполнителей. Он предписывает исполнителям, что и как нужно делать. В отличие от знания описательного, субъекты – и причина событий, поскольку создают проект, и его исполнители, и наблюдатели. Формы выражения проектного знания – нормативная (юридические нормы, различные постановления, традиции, правила повседневных практик), целевая (цели как фиксаторы желаемых для людей предметов, процессов, состояний). Для формирования и нормативных, и целевых форм проектного знания социологическая информация – необходимое условие.

В свете сказанного социальное управление может быть определено как выработка проектов деятельности, организация и контроль их реализации. Проект становится в этом случае программой деятельности исполнителей. Прикладная социология предоставляет информацию о том, насколько соответствует выполняемая деятельность, достигнутые результаты сформулированным стандартам и параметрам, сформулированным целям и задачам.

Литература

- 1 Костин В.А., Костина Т.В. Менеджмент: учеб.пособие. М.: Гардарики, 2008. С. 15 – 20
- 2 Костина Н.Б., Попов Д.П. Социальные оценки реформирования высшего профессионального образования: показатели для измерения //Социум и власть. № 3 (41) 2013. С.51-55
- 3 Костин В.А., Костина Н.Б. Стратегический менеджмент: учеб. пособие. Екатеринбург, 2007. С. 111 – 113.

А. В. Михайленко, А. С. Желтова, Д. П. Садовая
НЕДОВЕРИЕ К СОЦИОЛОГИЧЕСКИМ ОПРОСАМ. МНЕНИЕ РОССИЯН. ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ.

МИХАЙЛЕНКО Анастасия Вячеславовна - студентка ПИУ им.П.А.Столыпина филиал РАНХиГС E-mail: ppy118@yandex.ru.

ЖЕЛТОВА Ангелина Сергеевна - студентка ПИУ им.П.А.Столыпина филиал РАНХиГС E-mail: ppy118@yandex.ru.

САДОВАЯ Дарья Павловна - студентка ПИУ им.П.А.Столыпина филиал РАНХиГС E-mail: ppy118@yandex.ru.

Как показывают все социологические опросы за 2013 год на тему «Доверие социологическим опросам среди россиян» уровень доверия к данному явлению с каждым годом среди россиян теряет свои позиции. Парадокс. Как же так выходит, что мы изучаем доверие к опросам при помощи этого же метода и надеемся получить правдивый ответ?

Опрос используется в социологии как один из самых популярных и массовых способов получения общественного мнения. Этот способ позволяет охватит достаточно большой круг людей со схожими либо наоборот с совершенно различными взглядами на жизни. На выбор респондентов влияет в большей степени тема опроса и та цель, которую мы преследуем, проводя тот или иной опрос.

Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ) представляет данные о том, что россияне думают о социологических опросах, доверяют ли их результатам и зачем, по мнению респондентов, нужны такие исследования.

Целью исследования было выявить спрос на опросы в российском обществе.

Анализируя полученные данные, можно говорить о том, что:

- 1 При встрече социологического опроса в газете либо в социальных сетях, либо просто на просторах Интернета примерно 19% опрошенных утверждают, что опрос безусловно привлекает их внимание. 46% ответили, что скорее привлечет внимание чем нет. А вот 6% респондентов ответили Безусловно нет.
- 2 67% россиян уверены, что социологические опросы полностью отражают мнение опрашиваемых сограждан. 25% опрашиваемых уверены, что опросы не отражают мнения большинства опрашиваемых. У 8% респондентов нет четкого ответа на этот вопрос.
- 3 На вопрос о надобности социологических опросов как явления мнения разошлись. Приблизительно 27% опрошенных считают, что опросы, безусловно, нужны, 44% считают, что опросы в принципе нужны, но и без них ничего бы не изменилось. Можно сделать вывод о том, что в сознании общества опросы играют роль развлекательного характера. Если выразиться конкретнее, то большинство россиян просто не видят в опросах достаточно большой пользы для того, что бы реально что-то изменить. Уверенность в том, что их мнение что-то значит в этой стране, имеет очень малый процент. 3% опрошенных сограждан уверены в том, что социологические опросы не нужны нашему обществу и социологии в

целом. Вероятно, это вызвано не пониманием предназначения опросов и их роли в социологии как науки.

- 4 На развернутый вопрос о том, для чего нужны социологические опросы-
 - 42% россиян ответили-необходимость знать общественное мнение, для того, что бы улучшить жизнь россиян.
 - 40% россиян имеют схожее представление о надобности опросов-для того что бы власти понимали, каких действий и решений ждет от них народ.
 - 5% россиян уверены что социологические опросы имеют большое значение для социологии, не уточняя точную надобность.
- 5 На развернутый опрос о том, почему же не нужны социологические опросы-
 - 38% россиян уверены, что опросы бесполезны, так как они никак не влияют на ситуацию в стране.
 - 19% россиян просто не доверяют опросам.
 - Так же 19% россиян уверены в том, что ответы на опросы нужны лишь для отчетности. Опросы это формальность, не имеющая ничего общего с жизнью.
 - 11% россиян утверждает, что методика проведения опроса некорректна с самого начала, и поэтому нельзя полагаться на полученные результаты.

Мы подошли к очень важному пункту исследования. Отчего же люди не доверяют социологическим опросам.

Причин недоверия к социологии можно перечислять целым списком, но мы решили выяснить самые основные, систематизировать их и немного обосновать с нашей точки зрения.

Первым, но не по значимости, можно выявить недоверие по причине фальсификации в пользу заказчика. У любого социологического опроса /есть объект, который будет в дальнейшем использовать полученные статистические данные в личных целях по его собственному усмотрению – непосредственный Заказчик.

Вторым фактором можно выделить недоверие к соц.опросу как к феномену. Это подтверждается значительным количеством данных по опросам на эту тему Левада-центра. Российское общество считает, что опросы 0- не приводят ни к чему продуктивному, а значит и не имеют никакой практической ценности, занимая лишь огромную часть времени. Волну негатива к социальным опросам можно объяснить массовым отношением «опрашиваемых», а так же такой феномен как «социально-полезные» ответы. Более 70% населения, которым хоть раз приходилось участвовать в социологическом опросе, признаются, что в большинстве случаев, при отсутствии варианта «затрудняюсь ответить» дают именно социально-полезные ответы.

Цитата после последнего опроса Левада-центр: «Следует отметить, что аналогичный блок вопросов задавался респондентам в 2003 и 2007 г. Как показали результаты нынешнего исследования, все большее число жителей страны высказывают недоверие к опросам общественного мнения, а также сомневаются в их пользе и объективности. В 2013 году 45% российских граждан доверяют опросам общественного мнения, а 44% считают эти опросы полезными. Десять лет назад таковых было 54 и 48%, соответственно. Не доверяют опросам сейчас 44% опрошенных, по сравнению 23% в 2003 г. Также значительно выросло число тех граждан, которые совершенно не интересуются опросами общественного мнения – с 25 до 40%.

Всероссийский опрос проведен 18–22 июля 2013 г. В опросе приняли участие 1600 человек в возрасте 18 лет и старше в 130 населенных пунктах из 45 регионов страны. Выборка репрезентирует население России. Статистическая погрешность не превышает 3,4% Распределение ответов приводится в процентах от общего числа опрошенных вместе с данными предыдущих опросов.»

При обосновании актуальности опросов, у респондентов всегда возникает вопрос о реальном соответствии этой информации реальному положению дел – это можно назвать третьей причиной. Этот фактор формируется на основании первого. Когда есть «запрос» актуальность, то должна появиться

актуальность, т.е. объективная причина того, почему эта тема опрашивается именно сейчас. И появиться она должна любым доступным способом.

Цензура же в соц.опросах приравнивается к цензуре в СМИ, так как большая часть опросов находятся в общем доступе или презентуются в сети Интернет и по всем доступным потоковым каналам информации. Как известно, цензура в СМИ трактуется государственными устоями. Среди сторонников государственной цензуры главными аргументами в ее защиту являются убежденность в том, что российские СМИ, показывают много насилия, разврата, пошлости (70%) и разлагают детей и молодежь (47%), содержат много клеветнических или дезинформационных материалов (43%) и служат трибуной для некомпетентных высказываний (42%). По мнению сторонников цензуры, ей необходимо, в первую очередь, поставить заслон всему этому непотребству, а также содействовать повышению культурного уровня, образования граждан (34%), противодействовать экстремизму (22%), накладывать ограничения на объем и содержание рекламы (21%), служить сохранению государственной тайны (15%), присутствовать при освещении чрезвычайных ситуаций (10%).

Противники государственной **цензуры** в опросах полагают, что она, прежде всего, ограничивает распространение правдивой, своевременной информации (53%) и открывает простор для пропаганды и искажения фактов (47%), способствует бюрократизации и коррумпированию власти (47%). По мнению противников цензуры, ограничением для СМИ должна быть лишь ответственность перед законами (48%), тогда как сама цензура должна быть законом запрещена как противоречащая правам человека (30%), принципам демократии (21%) и действующей Конституции России (16%).

Так же, одним из главных фактором недоверия становится факт «узкости опроса». Опрос заранее поставлен в определенные рамки, и это означает лишь то, что исследователю заранее известно, какие ответы он хочет получить и в каком количестве. Так же, заранее подготовленные ответы типа-

- 1 Безусловно да
- 2 Да
- 3 Скорее да, скорее нет
- 4 Нет
- 5 Затрудняюсь ответить

И подобные этим, загоняют респондента в определенные рамки не давая рассуждать о поставленном вопросе в своем направлении. Такие ответы убивают искренность опроса как феномена как явления. Эта проблема не так раскрыта в социологии, но она присутствует. Закрытый вопрос не дает респонденту полностью развить свою мысль и донести ее до исследователя.

В пример можно привести опросы, проведенные Всероссийским Центром Исследования Общественного Мнения о том, что значат опросы в жизни граждан на основе нескольких лет.

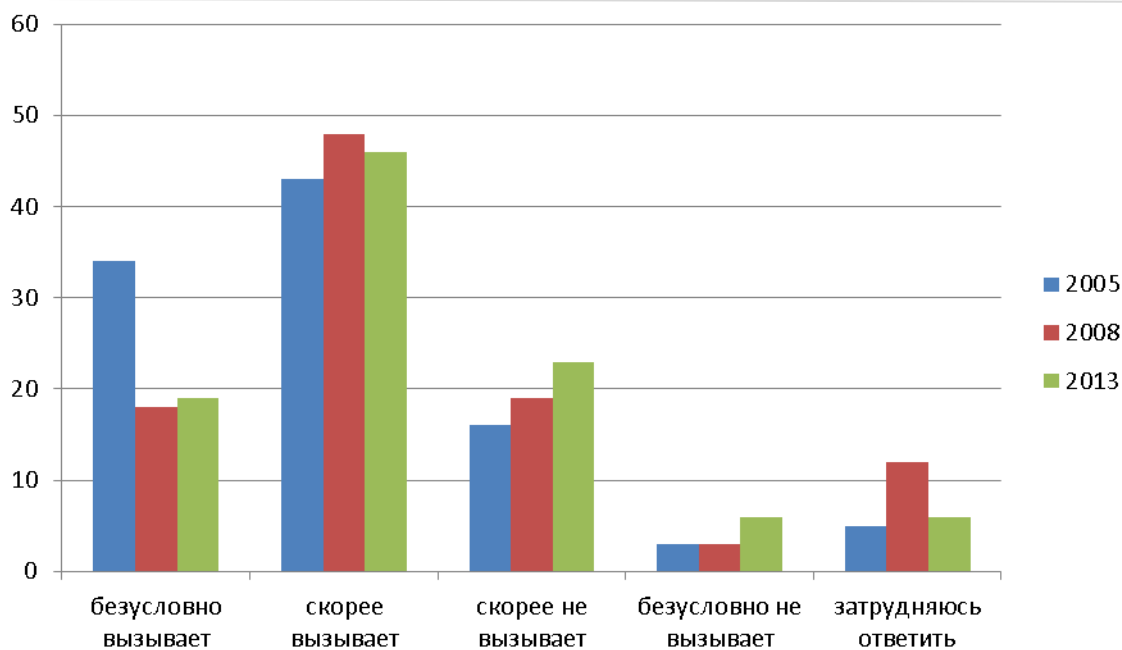


Рисунок 1- Данные социологических исследований и опросов общественного мнения часто сообщают по телевидению, по радио, в прессе. Когда Вам встречается такая информация, она вызывает или не вызывает у Вас интерес? (закрытый вопрос, один ответ)

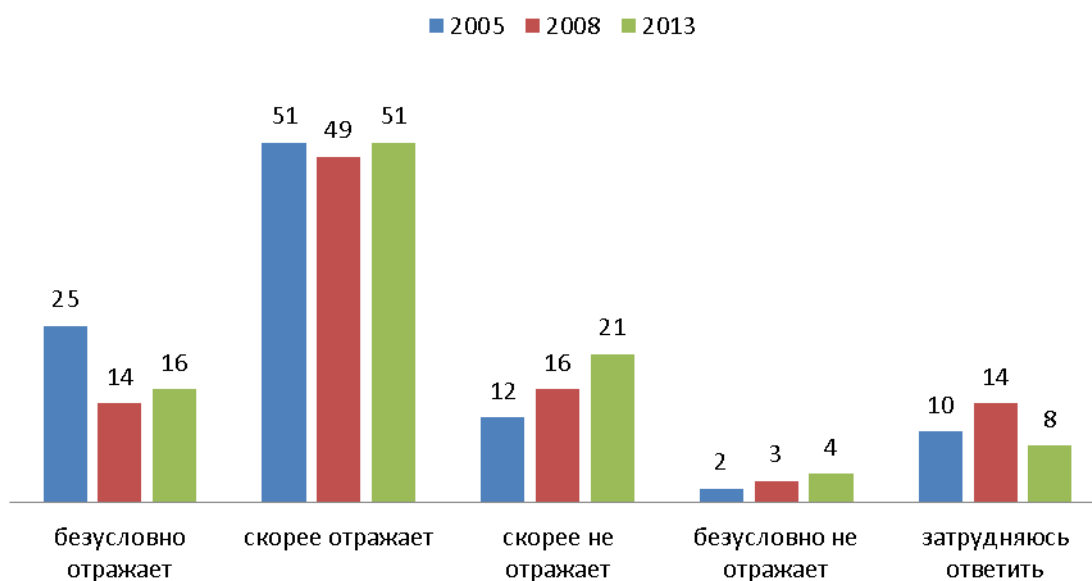


Рисунок 2 – Как Вы думаете, результаты опросов общественного мнения в целом отражают или не отражают действительные мнения граждан? (закрытый вопрос, один ответ)

■ 2005 ■ 2008 ■ 2013

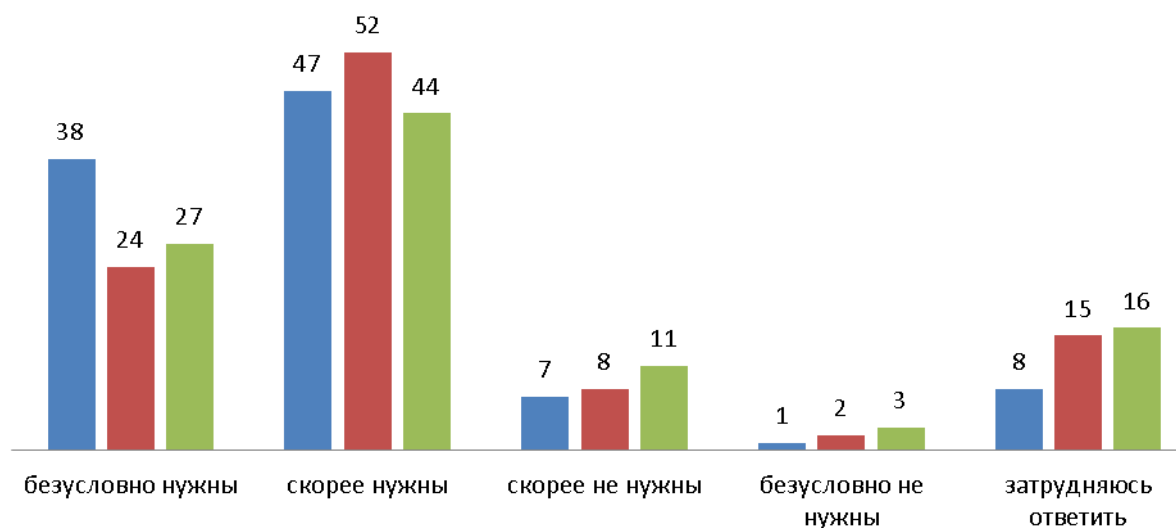


Рисунок 3 – Как Вы думаете, а в принципе опросы общественного мнения нужны или не нужны? (закрытый вопрос, один ответ).

Из полученных данных, можно сделать неутешительный прогноз. С каждым годом социологический опрос теряет свое лидерство и авторитет среди российского общества. Все меньше доверия вызывают с каждым годом ежегодные отчеты социологов по той, или иной стороне жизни. Это не может не огорчать. Ведь социологический опрос, как было сказано выше, является самым действенным способом получения информации. В развитие социологии очень большую роль сыграл именно этот метод сбора информации.

Но что можно сделать с ежегодной ухудшающимися делами социологического опроса? К сожалению, в последнее время, политика наших властей и правительства отличается высокой репрессивностью по отношению к свободе слова. Ввод цензуры на многие темы не способствует повышению доверия к опросам и к социологии как науки в целом.

Как пример, можно взять приближающуюся гигантскими шагами Олимпиаду 2014 в городе Сочи. Множественные опросы проводимые по всей России, показывают лишь то, как люди рады тому, что великий праздник спорта будет проходить именно в нашей стране. Но ни один опрос не отражает протестных настроений в разных уголках нашей стране по отношению к данному мероприятию. Множество наших соотечественников и соотечественниц выходят на улицы с пикетами против Олимпиады в Сочи. Как минимум из-за того, что большую часть потраченных на ее проведение денег могли бы пойти на строительство школ, больниц и детских адов. Бытовые проблемы волнуют наших граждан больше, чем престиж нашей страны на мировой арене.

Можно приводить множество журнальных статей с одами Олимпиаде и нашей сборной, снимать качественные и патриотичные видео-ролики в поддержку нашей страны, но народ то все равно остается против. Потому что их благополучная жизнь для них важнее, чем все золотые медали нашей сборной.

Литература

- 1 <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=113567>.
- 2 <http://gtmarket.ru/news/2013/08/08/6125>.
- 3 <http://planetproblem.com>.
- 4 <http://wciom.ru>.
- 5 <http://wciom.ru/index.php?id=459&uid=114695>.

Е.А. Михайлова

ТРУДОВЫЕ МИГРАНТЫ В РОССИИ: ЭТНИЧЕСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И КУЛЬТУРНАЯ ДИСТАНЦИЯ

МИХАЙЛОВА Елена Александровна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и гуманитарной культуры НИЯУ МИФИ; директор по качественным исследованиям ООО «Ремаркет». E-mail: socio-expert@mail.ru

В последние годы в российском обществе нарастает уровень межнациональной напряженности. Согласно данным всероссийского опроса населения, проводившегося ВЦИОМ в июле 2013 г., 49% россиян отмечали ухудшение ситуации в сфере межнациональных отношений за последний год, а уже в ноябре 2013 г. этот показатель возрос до 57%. Наиболее высокий уровень обеспокоенности проблемами межнациональных отношений наблюдается в регионах с высоким притоком иностранной рабочей силы. Если в июле 2013 г. межнациональные отношения и миграцию относили к числу наиболее актуальных проблем 26% россиян, то уже в октябре 2013 г. данной проблемой были озабочены 35% респондентов.

К числу основных причин сложившейся ситуации следует отнести объективные условия, препятствующие успешной интеграции мигрантов в социум и вынуждающие их устанавливать особые социальные связи в принимающем социуме. Согласно подходу Ф. Барта (1), этническая группа является, в первую очередь, особой формой социальной организации, и определяющими в процессе самоидентификации мигрантов следует считать скорее социально-задаваемые факторы, чем объективно существующие культурные различия между ними и коренным населением. Культурная дифференциация возрастает в случаях, когда объективные различия – экономические (различия в уровне заработной платы между местными и приезжими работниками), правовые, социальные – начинают восприниматься как значимые.

Несмотря на то, что на законодательном уровне были созданы условия для успешной адаптации трудовых мигрантов в принимающую среду, игнорирование нормативных требований работодателями в условиях отсутствия жесткой системы контроля продуцирует риски исключенности иностранных работников, формирует неизбежность маргинализации мигрантов и их консолидации по этническому принципу. Опрос трудовых мигрантов, работающих на территории Ленинградской области³, показал, что именно действия работодателей, привлекающих иностранную рабочую силу, выталкивают мигрантов в сектор неформальной занятости. Правовая незащищенность и различия в уровне получаемых социальных гарантий, являющиеся следствием вынужденного нарушения иностранными гражданами существующих требований миграционного законодательства, выступают в качестве «фактора сплочения» для представителей различных этнических групп.

Наиболее четко этот эффект заметен при анализе сфер, в которых доля мигрантов, привлекаемых для выполнения работ без соблюдения формальных требований, по экспертным оценкам достигает 80–90%. Среди занятых в строительной сфере 38% мигрантов отмечали, что работают в коллективах, состоящих преимущественно из соотечественников. Среди занятых в сфере ЖКХ этот показатель составил 40%, а среди работающих на обрабатывающих производствах 36%.⁴ Явно выраженные различия между мигрантами и коренным населением, возникающие в условиях экономической, правовой и социальной незащищенности мигрантов, создают базу для профессиональной этнической анклавизации.

³ Опрос проводился Всероссийским центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ) в октябре-ноябре 2013 г. Объем выборочной совокупности исследования составил 500 респондентов. Сбор информации осуществлялся методом личного полужформализованного интервью.

⁴ В соответствии с распределением ответов на вопрос «Каких работников работает вместе с Вами больше на этом месте работы?».

Еще одним значимым эффектом выталкивания мигрантов в сектор теневой занятости можно считать повышенные «девиантогенные» риски, неизбежно возникающие в результате явно выраженного социального неравенства и отсутствия возможностей для удовлетворения базовых потребностей (2) трудовых мигрантов (и лежащие в основе нарастающей мигрантофобии). Трудовые мигранты, характеризующиеся выраженной мотивацией на четкое соблюдение всех норм миграционного законодательства, оказываются в условиях невозможности следования установленным требованиям, вступают в противоречие с правовыми нормами. Фактически, положение трудовых мигрантов, занятых в неформальном секторе экономики, может рассматриваться в качестве наглядной иллюстрации к пессимистичному сценарию включения/исключения, описанному Николасом Луманом, при котором локальные этнические группы попадают в категорию «индивидов», людей второго сорта, т.е. «сущест, которые пытаются дожить до завтра» (3). Уже изначально находясь в положении «исключенных», или, как жестко определил социальный статус этой группы З. Бауман (4), «человеческих отходов», мигранты, вынужденно вступающие в неформальные экономические отношения с работодателями, вживаются в образ «нарушителей закона», и процесс стигматизации приобретает необратимый характер.

Реакция принимающей среды на ситуацию вполне объяснима – социальная система стремится сохранить свою стабильность, агрессивно воспринимая возникновение изолированных групп с альтернативными ценностями и верованиями, групп, стремительно увеличивающихся в объемах и, в силу объективных причин, не имеющих возможностей для успешной интеграции в социум. И основным фактором неудовлетворенности населения сложившейся ситуацией можно считать дисфункцию системы осуществления контроля за действиями работодателей, привлекающих иностранную рабочую силу, что и продуцирует риски возникновения межнациональной напряженности в регионах высокого уровня присутствия мигрантов.

Литература

- 1 Ethnic groups and boundaries. The social Organization of culture differences / ed by F. Barth. Oslo-Bergen-Tromso: Universitetforlaget, 1969 (reprint 1982)
- 2 Гилинский Я. Девиантность, преступность и социальный контроль в «новом мире». Спб.: «Алеф-Пресс», 2013, с.37.
- 3 Луман Н. Глобализация мирового сообщества: как следует системно понимать современное общество. В: Социология на пороге XXI века: Новые направления исследований. М.: Интеллект, 1998, с.94-108.
- 4 Bauman Z. Wasted lives. Modernity and its outcasts. Cambridge: Polity Press, 2004, pp.5-7.

Д.А. Неваева

ОЦЕНКА ПРОБЛЕМЫ СТАРЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА РЕГИОНА: ВЗАИМОСВЯЗЬ И ПОСЛЕДСТВИЯ (ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ)

НЕВАЕВА Динара Алиевна – аспирант ФГБОУ ВПО «Алтайский государственный университет». E-mail: dinaranevaeva@mail.ru.

Работа выполнена при финансовой поддержке Министерства образования и науки в рамках федеральной целевой программы «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009–2013 гг. по государственному контракту по государственному контракту № 14.В37.21.0270 «Демографическая безопасность приграничных регионов современной России: проблемы старения и миграции» (2012–2013 гг.)

Современный мир столкнулся с большим количеством глобальных проблем. На фоне серьезных проблем экономического, экологического, политического плана проблема старения населения не

характеризуется большинством как значимая и требующая незамедлительных действий. При этом, как отмечается учеными и практиками, старение населения – процесс, который будет проявляться в обществах, идущих по пути улучшения качества жизни и совершенствования технологий. Демографическая структура населения за последние десятилетия сильно изменилась, что требует личной адаптации к социальным явлениям и новых политических решений, сконцентрированных на эффективном использовании потенциала пожилых людей и формировании доброжелательной социальной среды для населения страны. Инициирование подобного рода деятельности возможно лишь при повсеместном осознании данной проблемы (на уровне государственного аппарата, социума и в сознании рядовых граждан). Социологические исследования, направленные на изучение социальных механизмов преодоления проблем или нивелирование их негативных последствий, являются сегодня актуальными направлениями [1, 2, 5].

В 2012–2013 гг. было проведено социологическое исследование, среди целей которого было, во-первых, изучение объективной ситуации и субъективного состояния социальной эксклюзии населения (в частности пожилых людей); во-вторых, выявление особенности социальных установок общества к процессам, связанных со старением населения. В анкетировании приняли участие жители края; в интервью – эксперты (представители органов местного самоуправления, общественных организаций, научной и педагогической общественности). В данной статье будут проанализированы результаты, полученные в Алтайском крае.

Материалы проведенного исследования показывают, что в представлениях респондентов время выхода на пенсию и внутреннее состояние самого человека являются основными критериями старости. Более половины опрошенных отмечают, что снижение рождаемости, миграционный отток и старение населения – это прямая угроза демографической безопасности региона. Последняя проблема, по мнению жителей, является одной из основных проблем края, но не самой острой (табл. 1). Большая часть населения считает, что старение – это нормальный физиологический процесс, но чувство выхода на пенсию вызывает радость у 30% от числа опрошенных. Остальные оценивают свои эмоции как грустные, депрессивные или чувствуют страх перед старостью. Оценивая вероятность изменения пенсионного возраста, 62% старшего поколения придерживается мнения, что не нужно ничего менять; в то время, 71% младшего поколения считает, что необходимо возраст выхода на пенсию уменьшить. При этом все опрошенные отмечают важность поддержки (моральной, материальной) к людям пожилого возраста, и необходимость дать возможность заниматься тем, что они выбрали. Среднее поколение отмечает, что отношение к пожилым людям видят дети, и каждый позже получит то, что дает сам (табл. 2).

По мнению половины опрошенных, помощь родственников, личная инициатива и наличие сбережений у пожилых людей способствует более успешной адаптации к современным условиям. Препятствием для нее являются внешние обстоятельства и отсутствие коммерческой жилки. От числа опрошенных 86% отметили, что реальная помощь пожилым оказывается родственниками, 72% считают, что ближайшим окружением или соседями, а органами местного самоуправления, профсоюзами очень редко. Формы помощи со стороны, по мнению молодежи, являются денежные дотации, трудоустройство и помощь в ведении домашнего хозяйства. Люди в возрасте 30–49 лет также подчеркивает необходимость занятости после наступления пенсионного возраста, наличие психологической поддержки, возможность общения (табл. 3). Старшее поколение отмечает, что отношение к пожилым в обществе значительно отличается от того, которое было при их молодости. Отсутствие гарантий и постоянства, плохая защищенность и практическая недоступность здравоохранения подрывает позитивное представление о старости, способствуя формированию негативного образа жизни в пожилом возрасте [1, 4]. Это согласуется с общемировыми тенденциями, но при этом подходы к изменению данной ситуации различаются в разных странах, регионах и поселениях [3, 4, 6]. По результатам исследования, городское пожилое население стремится продолжать трудовую деятельность, следить за своим здоровьем; пожилые люди на селе больше времени уделяют домашним досуговым формам. Характеризуя представления о досуге в пожилом возрасте, можно отметить его различие в зависимости от возраста респондента: молодое поколение планирует заниматься воспитанием внуков,

познавать мир и отдыхать; старшее поколение уделяет время своему здоровью и занимается домашним хозяйством.

В изменившихся социальных условиях значим вопрос об инклюзии пожилых людей в активную социальную жизнь, реализации их возможностей. Пожилые люди отметили, что сейчас у населения меньше шансов для реализации себя, в т.ч. и у молодежи. По результатам опроса, социальная политика по отношению к пожилым людям признается недостаточной (Таблица 4). Это сказывается на миграции молодого поколения в другие города и низкой рождаемости в регионе. Респонденты отмечают взаимозависимость данных социальных проблем.

С мнением опрошенных согласуется мнения экспертов. Они считают, что проблема старения населения актуальна не только для региона, но и для страны. Согласно мнению экспертов, все группы населения сталкиваются с различными трудностями в условиях стареющего общества. Одним из важных пунктов при трансформации демографической структуры становится поиск гражданами механизмов адаптации к социальной ситуации и минимизация рисков во всех сферах жизнедеятельности. Нужно отметить, что конкретных предложений от экспертов не было, но если обобщить, то ими отмечено три модели адаптации – активная (трудовая деятельность в пенсионном возрасте, переобучение), пассивная (исполнительность ради сохранения рабочего места, приспособление), дезадаптивная (уход от реальности). При этом эксперты отмечают, что проблема старения населения должна быть объектом, прежде всего, государственного регулирования. Распространенным является мнение, что государство должно заботиться о гражданах, которые долгие годы трудились на его благо, возмещая им в виде пенсионного и социального обеспечения ранее затраченные усилия, здоровье и время. Эксперты отмечают, что сейчас большей частью эта ответственность ложится на семью. Увеличение доли пожилых людей в структуре населения должно стимулировать к изменению государственной политики в экономической, культурной, социальной и трудовой сферах. К таким изменениям эксперты относят создание условий для сохранения здоровья с целью продолжения трудовой и социальной активности; развитие рынка товаров и услуг, инфраструктуры для людей пожилого возраста; формирование ответственного отношения к старости и ряд других. Социальное обслуживание, по мнению экспертов, не отвечает актуальным потребностям пожилых людей. Большое внимание экспертов уделяется органам местного самоуправления, которые обязаны оказывать социальную поддержку на местах, использовать принцип адресности помощи, заниматься мониторингом проблем групп населения и разрабатывать меры социальной поддержки.

Таблица 1 Актуальность проблемы старения для Алтайского края (в %, по данным опроса населения¹)

Вариант ответа	Возраст		
	15-29 лет	30-49 лет	50-75 лет
Это самая острая проблема нашего региона	5	22	32
Одна из основных проблем региона, но не самая острая	54	51	58
Не относится к числу важных проблем региона, но она есть	41	27	10
Другое (свой вариант ответа)	0	0	0

Подводя итог, понимание актуальности проблемы старения есть и среди жителей региона, и среди экспертов. Принимаемые меры по улучшению уровня и качества жизни пожилых людей в Алтайском крае на данный момент представляются недостаточными. Большая часть ответственности за пожилых людей ложится на них самих и на их ближайшее окружение. Совершенствование социального механизма функционирования и управления учреждениями социального обслуживания должно основываться на научных методах с использованием региональной специфики. В 2013 году в Алтайском крае организованы школы компьютерной грамотности для пожилых, проведение месячника

пожилого человека в каждом микрорайоне. Надеемся, это позволит смягчить ситуацию зависимости от семьи, а также предупредить негативные последствия старение населения.

Таблица 2 Долг общества по отношению к пожилым людям (в %, по данным опроса населения¹)

Вариант ответа	Возраст		
	15–29 лет	30–49 лет	50–75 лет
Поддерживать со всех сторон – морально, материально	38	42	71
Проявлять сострадание и заботу	15	36	2
Создавать различные объединения, организации помощи пожилым людям	12	24	8
Проявлять уважение на улице и в быту	9	21	21
Выслушивать с терпением и недовольство, и ворчание	4	25	5
Относиться ко всем старикам как к родным	1	18	9
Не навязывать свои взгляды, интересы и позиции	1	19	1
Не вступать в конфликты, на капризы не обращать внимание	3	23	10
Дать заняться делом, которое сами для себя выбирают	24	38	31
Не жалеть, а понимать душой и сердцем, стремится облегчить старость, наполнить ее радостью	4	13	12
Помогать и ухаживать, чего бы это ни стоило	9	4	6
Не забывать, что наше отношение видят дети, и мы получим в свое время то, что сейчас даем сами	12	51	23
Обеспечить спокойную старость, без проблем	23	21	29
Создавать сеть услуг для пожилых	22	10	13
Примечание: респонденты могли выбрать не более трех вариантов ответа			

Таблица 3 Необходимые формы помощи пожилым людям (в %, по данным опроса населения¹)

Вариант ответа	Возраст		
	15-29 лет	30-49 лет	50-75 лет
Денежные дотации	91	88	87
Обеспечение продуктами	15	24	52
Обеспечение лекарствами	53	76	81
Возможность общения	5	92	79
Советы, консультации специалистов	19	32	27
трудоустройство	89	74	32
Помощь в ведении домашнего хозяйства	25	62	79
Специальные виды помощи	12	42	21
Психологическая поддержка	19	41	36
Другое (свой вариант ответа)			
Примечание: респонденты могли выбрать все возможные варианты ответа, которые считали нужными			

Таблица 4 Эффективность социальной политики государства по отношению к пожилым, система социальной защиты пожилых людей (оценка населением по данным опроса по 10-балльной шкале)

От наименее выраженной к наиболее	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
В% от числа опрошенных	9	21	34	2	14	11	2	5	2	0

Литература

- 1 Владимиров Д.Г. Пожилые граждане на рынке труда: зарубежный опыт Социс 2013 №6 с. 57-61
- 2 Иванова А.Е. Потребность населения в долголетию и степень ее реализации // Социс/ 2013 №2 стр. 120-129
- 3 Максимова С.Г. Особенности функционирования и развития системы социального обслуживания лиц пожилого и старческого возраста в современном российском регионе на рубеже XX-XXI вв. Монография. Барнаул, Изд-во Алт. ун-та. 2006, 360с.
- 4 Модели конструирования новой геронтологической реальности и адаптивные стратегии населения России / под общ. Ред. С.Г. Максимовой. Барнаул. АЗБУКА. 2013, 495с.
- 5 Рогозин Д.М. Трудные жизненные ситуации в представлениях старшего поколения россиян. Мониторинг общественного мнения. Государство и общество. Стр 32-51 сентябрь-октябрь 2013г.
- 6 Fine, M. A Caring Society? Care and the Dilemmas of Human Services in the 21st Century, Palgrave/MacMillan, Houndmills. 2006

С.Ф. Некрасов

ПЕРЕЧИТЫВАЯ ГРУШИНА: ПРИРОДА МИРА МНЕНИЙ

НЕКРАСОВ Сергей Федорович – кандидат политических наук, доцент Сибирского института управления – филиала РАНХиГС. E-mail: bondar4455@rambler.ru

Общественное мнение – одно из самых изучаемых и в то же время одно из самых непознанных социальных явлений. По этому поводу мы находим весьма любопытное замечание в основополагающей работе Б. А. Грушина «Мнения о мире и мир мнений. Проблемы методологии исследования общественного мнения»: «Что и говорить, весьма нелегко анализировать явление, которое, по остроумному выражению Дж. Р. Лоуэлла, напоминает атмосферное давление: невидимо невооруженным глазом, но весьма чувствительно. Однако главная трудность его анализа связана не с этой его особенностью, но с исключительной сложностью внутреннего строения. Структура данного явления включает в себя множество различных сторон, из которых каждая должна быть с необходимостью зафиксирована в конечном определении» [1, 18].

На загадочный характер общественного мнения указывает и С.С. Смолева: «...сегодня общественное мнение относится к числу тех социальных феноменов, которые находятся в центре внимания специалистов–теоретиков и практиков. В то же время, общественное мнение принадлежит к числу явлений, которые с большим трудом поддаются всестороннему анализу и строгому определению. Только в отечественной литературе можно встретить несколько десятков определений общественного мнения» [2, 14]. Разногласия в оценках и понимании природы общественного мнения, механизмов его формирования и проявления У. С. Аккучуков объясняет тем обстоятельством, что «каждый исследователь стремится предложить свое собственное понимание этого духовного явления, выделить в его содержании ту часть, которую он считает главной» [3, 8].

На самом деле, по нашему убеждению, исследователи имеют дело не с одним, а с несколькими видами общественного мнения. Так сложилось, что в своих исследованиях каждый из них обращают внимание только на один из существующих видов общественного мнения. Используемые ими гносеологический, аксиологический, институциональный, управленческий, деятельностный и прочие

подходы позволяют определить сущность какого-то одного вида общественного мнения. И такие определения невозможно распространить в полном объеме на каждый из имеющихся на самом деле видов общественного мнения.

В нашем представлении, выявление природы общественного мнения следует осуществлять с процессуальной точки зрения, которая позволяет увидеть, что при воспроизводстве мнений у субъекта и объекта на «входе» и «выходе» имеется свое входящее и выходящее общественное мнение. Кроме того, необходимо обратить внимание на то, что в процессе производства мнения как субъекта, так и объекта публикуются в СМИ. Эти два мнения также имеют свои характерные особенности, и потому их тоже можно считать разновидностями общественного мнения. Таким образом, мы выделяем шесть существенно отличающихся друг от друга видов общественного мнения: формируемое мнение субъекта; опубликованное мнение субъекта; познанное мнение объекта; выраженное мнение объекта; опубликованное мнение объекта и выявленное мнение субъекта. Формируемое общественное мнение субъекта – это создаваемое им мнение у объекта. Опубликованное мнение субъекта – это его мнение, отраженное в средствах массовой информации. Познанное общественное мнение объекта – это мнение, появившееся в результате отражения и осознания им политической действительности, а также информации из СМИ. Выраженное общественное мнение объекта – это проявившееся мнение, в котором декларированы его политические интересы, пожелания, претензии и требования к субъекту. Опубликованное мнение объекта – это его мнение, отфиксированное в публикациях средств массовой информации. Выявленное общественное мнение субъекта – это результат исследования опубликованного в СМИ мнения объекта.

Социологический анализ формируемого общественного мнения позволяет исследователям выявить его роль и место в обществе. Он также дает возможность определить значение формируемого общественного мнения в связи с его включенностью в реальные политические процессы, выявить формы его взаимодействия с различными субъектами политики. В качестве базовой социологической категории для характеристики формируемого общественного мнения нами предлагается применять категорию социальный институт. Л. Г. Судас подчеркивает: «...общественное мнение – это социальный институт, который обладает определенной структурой и выполняет определенные функции в обществе. В самом общем виде общественное мнение можно определить как систему социально организованных и социально значимых коллективных суждений людей по вопросам, представляющим совместный интерес» [4, 6]. С. С. Смолева также указывает, что «в качестве социального института общественное мнение функционирует в сфере власти и властных отношений» [2, 41]. Формируемое субъектом общественное мнение, по нашему убеждению, регулирует политическое поведение социальных групп и общностей, насаждает определенные нормы общественных отношений. В связи с этим Б.А.Грушин заметил: «...чтобы общественному мнению лишь проявиться с достаточной определенностью и тем более произвести соответствующий эффект – повлиять на «поведение» той или иной социальной группы или того или иного индивида, необходим целый ряд сложных условий» [1, 308]. В плане взаимоотношения с объектом своего воздействия формируемое общественное мнение выступает в контрольной, консультативной, директивной функциях, т. е. выражает оценку, дает совет, выносит решение и т. д.

Определение сущности опубликованного в СМИ мнения субъекта основано на понимании общественного мнения как результата внешних целенаправленных воздействий политических институтов на средства массовой информации. У. Липпман подчеркивал: «В наилучшем варианте пресса является слугой и защитником социальных институтов, в наихудшем – служит орудием, с помощью которого небольшая группа людей использует социальную организацию в своих собственных целях» [5, 337]. М. Вебер резонно заметил, что «всякий значительный политик нуждается в прессе как эффективном инструменте воздействия и, следовательно, в связях с прессой» [6, 668]. Политики и государственные чиновники рассматривают СМИ как орудие или средство, которое можно и нужно использовать в своих собственных целях для формирования общественного мнения различных социальных групп.

Для выяснения особенностей общественного мнения целесообразно использовать не только социологический, но и социально-философский подход. Социально-философский анализ в данном случае способствует определению сущности познанного общественного мнения. В рамках гносеологического подхода исследователи рассматривают отражательную природу познанного общественного мнения, определяют меру адекватности отражения общественным сознанием политической реальности. Б. А. Грушин подчеркивал, что общественное мнение, будучи взято в отношении к действительности, оказывается не чем иным, как осознанным бытием. Он, в частности, отмечал, что общественное мнение «всегда отражает реальные процессы жизни и что это отражение является неизменно сложным по своему характеру и содержанию» [1, 57]. Действительно, познанное общественное мнение следует воспринимать как проявление массового и группового сознания, в котором отражается отношение социальных общностей к реальным явлениям жизни. Но при этом общественное мнение, как замечают С.В. Коновченко и А.Г. Киселев, «обычно возникает как продукт осознания назревших и требующих решения социальных проблем...» [7, 49].

Сущность выраженного общественного мнения Б.А. Грушин выводит через определение его как социального института, воздействующего на деятельность государственных и политических структур: «...общественное мнение, независимо от того, в каких условиях ему приходится действовать, всегда занимает определенную позицию по отношению к тем или иным фактам и событиям жизни общества и, в частности, по отношению к действиям государства в лице его различных институтов. Эта специфическая особенность придает общественному мнению характер силы, стоящей над институтами власти, оценивающей и контролирующей деятельность этих институтов; напротив, последние, независимо от меры реальной власти, которой они располагают, самым объективным содержанием деятельности общественного мнения ставятся в положение контролируемых» [1, 88]. Д.П. Гавра в рамках институционального подхода считает, что общественное мнение – это «специфический социальный институт, обеспечивающий включение массовой оценочно-практической деятельности в процессы социальной регуляции, играющий особую роль в общественной системе, имеющий свои функции и характер взаимодействия с другими институтами, способный функционировать во всех сферах жизни общества» [8, 40].

На особенности опубликованного в СМИ общественного мнения объекта указывает В.В. Лапаева: «Общественное мнение – это такое состояние общественного сознания, которое выражается публично и оказывает влияние на функционирование общества и его политической системы. Именно возможность гласного, публичного высказывания населения по злободневным проблемам общественной жизни и влияние этой высказанной вслух позиции на развитие общественно-политических отношений отражает суть общественного мнения как особого социального института» [9, 16–17]. Ю.Н. Абабков и М.Ю. Абабкова обращают внимание на то, что мнение «превращается в общественное в том случае, если оно есть публично выражаемое и распространяемое мнение, которое отражает и выражает общественные интересы» [10, 28]. Е.В. Тихонова подчеркивает: «Признание за представителями СМИ первенства как в формировании, так и в выражении общественного мнения приводит к выводу о незначительности и ничтожности мнения латентного, не опубликованного и не пользующегося интересом со стороны журналистов или политологов» [11, 29–30]. Б.А. Грушин также указывал, что значение средств массовой коммуникации «особенно велико, и не только теоретически, но и практически: сотни тысяч людей используют <...> прессу, радио и телевидение в качестве важнейшего канала для выражения своего мнения, обращаясь туда со своими письмами и материалами» [1, 78]. СМИ обеспечивают представителям различных общественных групп возможность публично выразить мнение, находить и объединять своих единомышленников, лаконично формулировать и представлять в общественном мнении свои интересы.

Выявленное субъектом общественное мнение объекта мы рассматриваем как полученное политическими институтами по каналам обратной связи, преимущественно через СМИ, коллективное оценочное суждение общественности, в котором определено ее отношение к содержанию и способам решения политических проблем. Б.А. Грушин в свое время подчеркивал что, «позиция, занимаемая по тому или иному вопросу широкой общественностью, должна являться предметом пристального

внимания и изучения со стороны соответствующих руководящих органов и учреждений и оказывать весьма эффективное влияние на их деятельность. Причем в соответствии с провозглашенными нормами и требованиями, подобной действенностью должны отличаться любые формы выражения общественного мнения» [1, 83]. Выявленное общественное мнение, как замечает С.С. Смолева, «выступает реакцией на острые, требующие немедленного разрешения социальные проблемы, на стратегические шаги власти, прежде всего, в области социальной политики» [2, 23]. Без учета выявленного общественного мнения в политических структурах не решается ни одна важная проблема, задевающая политические интересы различных социальных групп. С.С. Ефимова указывает: «Общественное мнение как зеркало общественной жизни выступает показателем развития демократии в стране. Его изучение позволяет выяснить способность населения рефлексировать общественные проблемы» [12, 3]. Для возникновения общественного мнения по какому-либо вопросу необходимо выполнение как минимум двух условий: чтобы общественность захотела высказаться по данному вопросу и чтобы политические институты захотели услышать общественность.

Таким образом, к исследованию природы общественного мнения в равной степени применимы социологический и социально-философский подходы. Если подытожить все, что получено нами в результате нового прочтения основополагающего труда Б.А. Грушина, высказываний других исследователей и вывести определения формируемого и выражаемого общественного мнения, то можно определить их как социальные институты, обеспечивающие субъекту и объекту успешную социально-политическую деятельность. Выявленное и познанное общественное мнение – это результат отражения в массовом сознании субъекта и объекта актуальной политической ситуации современности. Опубликованное в СМИ общественное мнение субъектов политики – это публичная декларация через печать, радио и телевидение согласованных позиций представителей власти или общественности. Данный подход позволяет получить более полное и дифференцированное представление о природе рассматриваемого социального явления.

Литература

- 1 Грушин Б. А. Мнения о мире и мир мнений. Проблемы методологии исследования общественного мнения. – М., 1967.
- 2 Смолева С. С. Общественное мнение в условиях информационной открытости общества. – М., 2008.
- 3 Аккучуков У. С. Общественное мнение в управлении органами внутренних дел. – Уфа, 2008.
- 4 Судас Л. Г. Общественное мнение как ресурс управления. – М., 2004.
- 5 Липпман У. Общественное мнение / Пер. с англ. Т. В. Барчуновой. – М., 2004.
- 6 Вебер М. Политика как призвание и профессия // Избранные произведения. – М., 1990.
- 7 Коновченко С. В., Киселев А. Г. Информационная политика в России. – М., 2004.
- 8 Гавра Д. П. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт. – СПб., 1995.
- 9 Лапаева В. В. Общественное мнение и законодательство // Социологические исследования. – 1997. – № 9. – С. 16-28.
- 10 Абабков Ю. Н., Абабкова М. Ю. Природа общественного мнения // Социальные технологии и современное общество: сб. науч. тр. – Вып. 3. – 2006. – С. 25-32.
- 11 Тихонова Е. В. Общественное мнение в управлении социальными процессами: концептуальный подход. – М., 2000.
- 12 Ефимова С. С. Механизм формирования общественного мнения о власти в современной России: автореф. дис.... канд. социол. наук. – Саратов, 2007.

Э.В. Овчинникова, Д.А. Будюкин

УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ РЫНКА ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

ОВЧИННИКОВА Элла Викторовна – ст. преподаватель кафедры социологии Липецкого государственного технического университета. E-mail: oev05@list.ru

БУДЮКИН Дмитрий Анатольевич – кандидат философских наук, доцент кафедры гуманитарных и естественнонаучных дисциплин Липецкого филиала РАНХиГС. E-mail: boudukin@yandex.ru

Внутренний туризм – это туристская деятельность и обслуживание туристов своей страны на территории этой страны. Вопрос о внутреннем туризме очень актуален на сегодняшний день по нескольким причинам. Во-первых, благодаря внутреннему туризму происходит перераспределение капитала страны между различными регионами, однако этот капитал всегда остается в пределах страны, что, в свою очередь, стабилизирует национальную экономику. Во-вторых, за счет совершенствования внутреннего туризма происходит развитие других отраслей, связанных с туризмом (туристическая индустрия), что также благоприятно сказывается на экономике страны. К тому же, развивающиеся за счет внутреннего туризма индустрия и инфраструктура туризма могут быть использованы для обеспечения международного (въездного) туризма. В-третьих, развитие внутреннего туризма способствует образованию новых рабочих мест и обеспечивает занятость населения [1, с. 115].

Несмотря на значимость развития внутреннего туризма, российские туроператоры в большей своей части все же ориентированы на выездной туризм. Прежде всего, это связано с тем, что туристы России предпочитают выезжать за рубеж, поскольку считают, что в зарубежных странах с более организованным и высококачественным обслуживанием их потребности и требования удовлетворяются лучше, чем в пределах России.

Значимость указанных тенденций в полной мере осознается в Липецкой области. Одним из стратегических направлений развития является системная работа по продвижению имиджа региона как культурного и туристического центра, активно укрепляющего свои позиции в международной и межрегиональной системе связей. Потенциал Липецкой области по организации и развитию различных видов внутреннего и въездного туризма значителен. Территория отличается уникальными природными комплексами, развитой транспортной инфраструктурой, наличием различных видов народного промысла, памятниками архитектуры. На постоянной основе проводится работа по организации рекламно-информационных туров для представителей органов исполнительной власти региона, представителей администрации муниципальных образований Липецкой области, туристических агентств, занимающихся внутренним туризмом, а также СМИ; областных конкурсов в сфере туризма, гостеприимства и развлечений; этнических, военно-исторических, литературных и музыкальных фестивалей (СтрЕлец, Радуга струн, Антоновские яблоки, Русская закваска, Золотые кружева России).

Основной целью такого рода мероприятий является содействие развитию внутреннего и въездного туризма, поощрение представителей сферы туризма, гостеприимства и развлечений Липецкой области.

Вместе с тем, залогом успешной реализации целевой программы «Развитие туризма в Липецкой области (2011-2018 гг.) с возможностью коррекции целевых показателей и совершенствования ресурсного обеспечения, является систематический мониторинг тенденций на рынке туристических услуг региона.

В целях выявления возможностей и перспектив развития внутреннего и въездного туризма в Липецкой области, а также имеющихся проблем и ограничений, по заказу Управления культуры и искусства Липецкой области в октябре 2013 года на базе кафедры социологии ЛГТУ было проведено пилотажное социологическое исследование, посвященное изучению рынка внутреннего туризма Липецкой области.

Объектом исследования явилась сфера внутреннего туризма Липецкой области, предметом исследования выступили характеристики данной сферы с точки зрения организаторов туристической деятельности – турфирм.

Цель данного исследования состояла в изучении специфики, перспектив и проблем развития внутреннего и въездного туризма на территории области. В соответствии с целью решались следующие задачи: характеристика спроса и предложения в секторе внутреннего и въездного туризма, определение наиболее востребованных видов туризма, оценка перспектив и проблем развития внутреннего и въездного туризма на территории области, составление портрета потребителя услуг внутреннего и въездного туризма на территории области.

В качестве гипотез исследования выступили следующие положения:

- интенсивное развитие внутреннего и въездного туризма в Липецкой области осложняется наличием некоторых существенных ограничителей: не достаточно развитой инфраструктурой, отсутствием современно оборудованных туристических объектов;
- перспективы развития туризма в Липецкой области могут быть связаны с развитием отдельных его видов (паломнического и сельского);
- наиболее перспективный сегмент потребителей туристических услуг формируют женщины в возрасте 30-40 лет, одинокие или с детьми школьного возраста.

Генеральную совокупность проведенного исследования составили фирмы – турагенты (105) и туроператоры (5) г. Липецка. Выборочную совокупность составили 70 из них (68 турагентов и 2 туроператора).

Исследование проводилось методом экспертного интервью. Тематика вопросов интервью была направлена на получение информации в соответствии с поставленными в исследовании задачами и выдвинутыми гипотезами.

Результаты исследования показали, что туристический рынок в городе динамичен и весьма нестабилен. Более половины опрошенных компаний (52%) существуют на рынке не дольше 7 лет. Пятнадцатилетним и более длительным опытом работы могут похвастаться 19% фирм. Лишь 8% компаний специализируются на внутрирегиональных направлениях (по Липецкой области) для липчан и приезжих. Треть компаний имеют возможности предоставить своим клиентам полную географию услуг. Основной сегмент рынка – это услуги выездного туризма.

Среди услуг, которые липецкие туркомпании могут предложить своим клиентам, преобладает социальный, культурно-познавательный, событийный, молодежный и спортивный туризм.

По оценке наших экспертов ситуация на рынке в 2013 году характеризовалась противоречивыми тенденциями. По оценке более половины опрошенных работников турфирм объемы реализации росли, прежде всего, за счет туров за границу. При этом отмечен нулевой рост объема реализации туров по Липецкой области.

Представители турбизнеса в целом пессимистичны в оценках перспектив развития въездного и внутреннего туризма в регионе. Лишь 23% опрошенных видят неплохие возможности для такого развития. По мнению бизнеса, только в долгосрочной перспективе можно ожидать реальных позитивных результатов от проектов по развитию туристско-рекреационных зон на территории Липецкой области. К факторам, которые будут способствовать успешному развитию въездного и внутреннего туризма в регионе, бизнес относит: инвестиции в отрасль; изменение ценностей, установок и потребностей населения; информационно-презентационную активность СМИ.

Указанные выше факторы успеха коррелируют с названными бизнесом факторами, препятствующими развитию указанных сфер туризма: недостаточно развитая инфраструктура (27%); недостаточное информирование (12%); завышенная стоимость перевозок, транспортные и дорожные проблемы (10%); низкий уровень сервиса (9%); недостаточное внимание власти к этой сфере (9%); слабо развитый гостиничный сервис при высокой стоимости (7%); низкие доходы населения (4%); недостаток туристических объектов (3%).

В совокупных продажах абсолютного большинства туркомпаний (75%) доля реализуемых туров по территории Липецкой области не превышает 4%.

По оценкам представителей туристического бизнеса у среднестатистического липчанина – участника тура по территории Липецкой области – женское лицо. Возрастные характеристики участника тура по региону: школьники (15-17 лет) и взрослые (31-40 лет).

По территории Липецкой области наиболее востребованные клиентами виды туризма – культурно-познавательный, паломнический, событийный. Наибольшая активность поездок по территории региона, как и за его пределами, приходится на летнее время.

Как известно, одним из ключевых для отрасли туризма фактором развития является уровень жизни населения, определяющий их покупательские способности в туризме. Средняя стоимость тура по территории Липецкой области, по оценке представителей туркомпаний, составляет 300-1000 руб.

Наиболее востребованные клиентами сегменты в турах по территории Липецкой области по оценкам фирм, работающих по внутрирегиональному направлению: групповая поездка; тур для семьи с детьми; «туризм одиночек».

Подводя итоги проведенному пилотажному исследованию рынка внутреннего туризма Липецкой области, следует отметить, что факторы, препятствующие и способствующие развитию туризма, в целом совпадают с общероссийскими. Однако отдельное внимание следует уделить такому фактору, как развитие свободных экономических зон на территории нашей области и направить усилия для развития въездного туризма для стран-участников международного сотрудничества. Это относится и к развитию наиболее популярных видов туризма в Липецкой области – культурно-познавательному, рекреационному, событийному, молодежному.

Литература

- 1 Грачева О. Ю. и др. Организация туристического бизнеса: технология создания турпродукта. М.: Дашков и ко, 2008. 276 с.

В.Н. Орлова

РАЗВИТИЕ СОЦИАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННЫХ НКО И ОБЩЕСТВЕННО-ГОСУДАРСТВЕННОГО ПАРТНЕРСТВА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ОРЛОВА Валентина Николаевна - кандидат социологических наук, доцент кафедры социальной работы и педагогики профессиональной деятельности РАНХиГС при Президенте РФ (Орловский филиал). E-mail: or_valentina@mail.ru

Анализируя ситуацию в отношении современного состояния социального партнерства в России, хотелось бы для начала сослаться на результаты экспертного опроса, опубликованного в статье «Комплексная модель взаимодействия власти, бизнеса и общественных организаций в стратегии развития региона» (автор – О.Б.Кузнецова). Статья посвящена обоснованию необходимости системного подхода к взаимодействию органов государственно-муниципальной власти, бизнеса и общественных организаций региона, который в наиболее общем виде можно определить как «социальное партнерство»; комплексному подходу к модели взаимодействия, содержащей стратегию, принципы, базовые элементы, механизмы реализации, оценку эффективности. Приводится пример использования и закрепления модели в разработке раздела «Развитие и повышение эффективности взаимодействия власти, бизнеса и общественных организаций» и представлена нормативная структура регионального трехстороннего соглашения о социальном партнерстве.

Все опрошенные эксперты относятся к руководящему звену организаций, учреждений, предприятий. Половина из опрошенных экспертов отмечают, что социальное партнерство – это система цивилизованных общественных отношений, обеспечивающая согласование и защиту интересов работников, работодателей, предпринимателей, различных социальных групп, слоев, их общественных

объединений, органов государственной власти. Незначительно меньше половины опрошенных понимают социальное партнерство, как взаимодействие «двух секторов» общества (государство – НКО) для совместной реализации существующих в обществе социально значимых проблем и вопросов, и формы взаимодействия различных секторов в современном Российском обществе. Полученные результаты показывают положительную тенденцию понимания социального партнерства, как взаимодействие различных секторов экономики и не ограничивает этот термин трудовыми отношениями. Таким образом, респонденты считают, что субъектами социального партнерства должны быть представлены НКО, государственные органы и бизнес-структуры практически в равной степени.

Анализируя изменения, произошедшие с механизмом социального партнерства за последние три года, 92 эксперта из 153 указывают на улучшение ситуации. Объединив ответы респондентов на этот вопрос можно выделить такие изменения как:

- 1 Систематическое проведение конкурсов социально значимых проектов, увеличение объема финансирования на целевые социальные программы.
- 2 Принятие целевой ведомственной программы, обеспечивающей повышение уровня эффективности механизма социального партнерства, повышение заинтересованности со стороны государственных структур, налаживание равных партнерских отношений власти, бизнеса и НКО.
- 3 Увеличение числа общественных организаций, направленных на развитие социальной сферы, рост авторитета НКО, рост информированности населения о деятельности НКО.
- 4 Создание новых форм социального партнерства например, Общественная палата.
- 5 Увеличение внимания к проблемам молодежи и общества в целом.
- 6 Улучшение методического обеспечения проводимых мероприятий, пополнение материально-технической базы.
- 7 Власть стала уважительней относиться к бизнесу.
- 8 Появились программы субсидирования.
- 9 Повысилась активность общественных организаций.
- 10 Получило развитие социально-ориентированных НКО и общественно-государственного партнерства.

1/3 респондентов считает, что никаких изменений с механизмами социального партнерства за последние три года не произошло. 10 экспертов из 153 указали на ухудшение ситуации и негативные тенденции в развитии механизма социального партнерства.

Респонденты отметили также и трудности, с которыми они сталкиваются в сфере социального партнерства.

Представители органов власти отмечают, прежде всего, низкий уровень развития третьего сектора, несогласованности позиций и конкуренции НКО, о нежелании бизнеса участвовать в социальной жизни города и области. Также представители государственных структур отмечают несформированность у многих руководителей понимания значимости организации партнерской работы, в связи с недостаточной социальной зрелостью структур, гражданскую незрелость, отсутствие четкого механизма финансирования проектов. Недостаточная информированность всех участников социального партнерства о данной системе, невыполнение в полной мере достигнутых соглашений, большая загруженность членов партнерство своей ежедневной деятельностью- все выше перечисленное негативно влияет на эффективность развития социального партнерства.

Представители бизнес-структур обозначили следующие трудности: равнодушие, формальный подход; закрытость власти по вопросам выработки социально-экономического курса региона; слабая поддержка социально активного бизнеса со стороны органов власти и государства; низкая информированность о возможностях социального партнерства; не достаточно активное участие предпринимателей; расхождение слов с практическими делами руководителей всех уровней; нарушение договорных отношений; мало информации о процессах, происходящих в сфере социального

партнерства; нет конкурсов социально значимых проектов.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что с трудностями в сфере социального партнерства сталкиваются как представители государственных структур, так и представители третьего сектора. Все это указывает на недостаточное взаимопонимание между представителями органов власти и некоммерческими организациями в области развития социального партнерства. Наличие разных мнений респондентов по многим позициям говорит о неоднородности и не системности процесса развития механизма социального партнерства в стране. И в подходах в решении данного вопроса Орловская область не является исключением.

В Орловской области в целях налаживания конструктивного взаимодействия между тремя силами: государственными структурами, коммерческими предприятиями и некоммерческими организациями, был проведен круглый стол с участием представителей органов власти, Аппарата Губернатора и Правительства Орловской области, Орловского областного Совета народных депутатов, Администрации города Орла, Центра труда и социально-экономических отношений Орловского филиала РАНХиГС, а так же лидеров общественных организаций.

Мероприятие проводилось в рамках III Социального Форума России «Новая социальная политика России. Точки роста». Целью мероприятия было рассмотрение проблемы развития социально ориентированных некоммерческих организаций и общественно-государственного партнерства на территории области.

В ходе обсуждения прозвучали выступления по вопросам нормативного регулирования сферы государственно-частного партнерства и развития социально ориентированных некоммерческих организаций в Орловской области, государственной поддержки социально ориентированных некоммерческих организаций Орловской области, организации работы с социально-ориентированными некоммерческими организациями в городе Орле, реализации комплексной программы «Вопросы поддержки деятельности социально ориентированных некоммерческих организаций».

По итогам заседания были выработаны рекомендации, которые позволят эффективнее использовать потенциал социально ориентированных некоммерческих организаций для решения социально значимых задач региона и развития институтов гражданского общества в Орловской области, а именно:

- 1 Рассмотреть возможность квотирования части бюджета, предусмотренного для проведения конкурса грантов Президента Российской Федерации, для регионов с высокой численностью населения, с высокой долей населения, нуждающегося в социальной защите, имеющих высокий уровень дефицитности регионального бюджета, при сохранении существующей конкурсной процедуры тайного отбора победителей федеральными организациями-операторами конкурса.
- 2 Рассмотреть возможность введения механизмов стимулирования и развития социального предпринимательства на региональном уровне.
- 3 Рассмотреть возможность введения механизмов стимулирования органов местного самоуправления для выделения в бюджетах средств для проведения конкурсов грантов поддержки СО НКО.
- 4 Рассмотреть возможность введения механизмов стимулирования к регулярной публичной отчетности и информационной прозрачности СО НКО для привлечения добровольцев в свои ряды.
- 5 Рассмотреть возможность в рамках развития общественно-государственного партнерства введения инструментов нормативно-правового регулирования объективной оценки качества предоставления социальных услуг общественными партнерами, оценки их финансовых возможностей, способности исполнить соответствующий государственный заказ.

Такое взаимодействие необходимо, чтобы совместными усилиями решать социально значимые

проблемы в регионе.

Литература

1. Кузнецова О.Б. Комплексная модель взаимодействия власти, бизнеса и общественных организаций в стратегии развития региона // Журнал исследований социальной политики. – 2012. – № 9. – с. 85 – 98.
2. Портал Орловской области – публичный информационный центр [Электронный ресурс] <http://orel-region.ru>

Н. В. Проказина

ДОВЕРИЕ КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ

ПРОКАЗИНА Наталья Васильевна – кандидат социологических наук, заведующая кафедрой социологии и психологии управления РАНХиГС. E-mail: nvprokazina@mail.ru

Социологическая культура – это система ориентаций относительно восприятия социологии, социологических исследований и деятельности социологов; совокупность социологических взглядов, знаний, убеждений и социологическое воображение, проявляющиеся в поведении. Социологическая культура проявляется в интенциональном, когнитивном и поведенческом компонентах. Исследование доверия к социологии связано с интенциональным компонентом, характеризующим особенности восприятия социологии и направленность сознания на нее населения и профессиональной группы государственных гражданских служащих⁵.

Содержание интенционального компонента обуславливает система социологических ориентаций, определяющих интенции к социологии. Она включает когнитивную, аффективную и оценочную ориентации.

Основными целями деятельности социологов респонденты считают описание общества и его проблем (44,8%) и объяснение сложившейся ситуации, поиск ее основных причин (34%).

В большей степени сформированы представления о деятельности социологов именно в профессиональной среде государственных гражданских служащих. Однако государственные гражданские служащие в большей степени нацелены на теоретическую (объяснение сложившейся ситуации, поиск ее основных причин) и рефлексивную деятельность социологов (описание общества и его проблем). Население, пусть и в незначительной, но в большей степени, уверено в том, что деятельность социологов связана с аналитической (понимание, интерпретация, толкование событий) и социально-технологической (изменение и преобразование общества и его структурных элементов) направленностью (рисунок 1).

⁵ «Образ социологии в общественном мнении». Опрошено 1229 жителей г. Орла. Метод исследования: интервью по месту жительства. Выборка квотно-гнездовая, репрезентативная по половозрастной структуре населения. Январь 2010 г.; «Социологическая культура государственных гражданских служащих». Опрошено 333 государственных гражданских служащих (Брянск, Липецк). Метод исследования: анкетирование. Выборка квотно-гнездовая, репрезентативная по признакам категории и группе должности. Май – июнь 2010 г.; «Социологическая культура государственных гражданских служащих в Орловской области». Опрошено 194 государственных гражданских служащих Орловской области. Метод исследования: интервью. Выборка квотно-гнездовая, репрезентативная по признакам категории и группе должности. Май–июнь 2011 г.

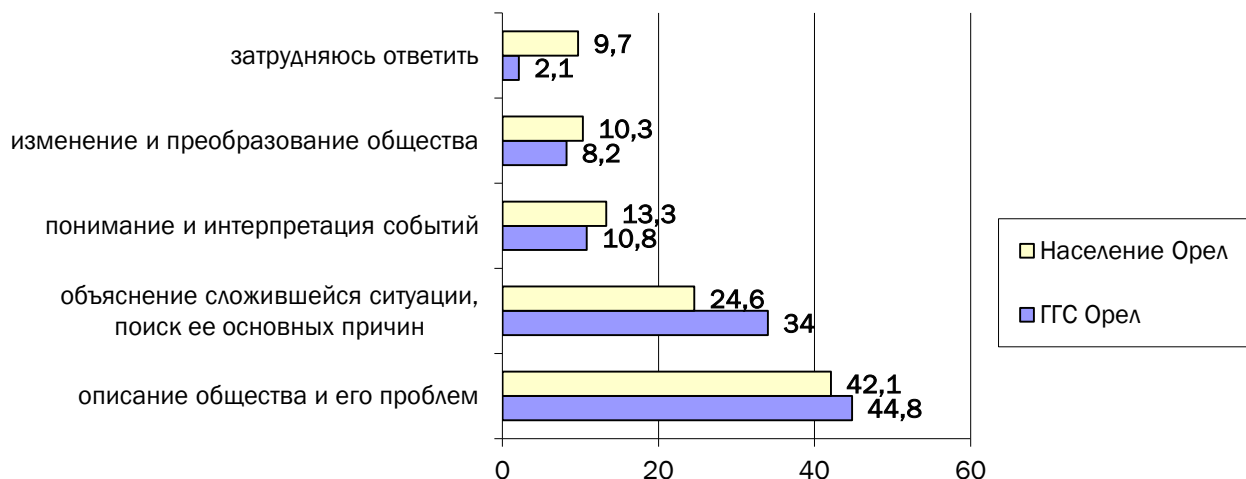


Рисунок 1 – Основная цель деятельности социологов в оценках населения и государственных гражданских служащих

Подавляющее большинство государственных гражданских служащих воспринимает социологов как профессионалов, занимающихся социологическими исследованиями актуальных проблем общества (78,9%). Обозначенный подход влияет на то, что деятельность социологов сопоставляется с исследованиями, связанными с изучением общественного мнения, электорального поведения. Коммерческие исследования и преподавательская деятельность не рассматриваются как ведущие виды деятельности социологов. Во всех социальных группах образ социолога ассоциируется с собирателем данных об общественном мнении.

Таблица 1 Образ социолога в представлениях государственных гражданских служащих и населения

Образ социолога	Процент наблюдений (ранг)		
	ГГС Брянск, Липецк	ГГС Орел	Население Орел
С профессионалом, собирающим информацию для властных структур	39,3% (2)	21,2% (5)	20,0% (4)
С профессионалом, собирающим информацию для коммерческих структур	21,1% (6)	7,3% (7)	9,7% (6)
С профессионалом, разрабатывающим теорию и методологию	34,1% (4)	28,0% (3)	12,2% (5)
С социальным работником	6,6% (7)	11,4% (6)	33,9% (2)
С социальным реформатором	3,05% (8)	2,6% (9)	7,5% (9)
С собирателем статистических данных о человеческом поведении	31,1% (5)	30,1% (2)	22,7% (3)
С беспристрастным наблюдателем, манипулирующим людьми	3,0% (8)	5,7% (8)	3,7% (8)
С собирателем данных об общественном мнении	61,3% (1)	73,1% (1)	37,1% (1)
С профессионалом, изучающим предвыборное поведение	35,6% (3)	21,8% (4)	8,7% (7)
Другое	1,8%	-	2,7%

Интересными являются представления о социологе как социальном работнике. Государственные гражданские служащие отчетливо разграничивают представления о социологах и социальных

работниках. Однако треть населения объединяют представления о социологе и социальных работников. Образ социального реформатора не сформирован ни в одной из опрошенных социальных групп (таблица 1).

Таким образом, в представлениях государственных гражданских служащих социологи ассоциируются со сбором информации об актуальных общественных проблемах, изучением общественного мнения, предоставлением этой информации органам власти. Вся деятельность социологов в целом, согласно представлениям служащих, направлена на описание общества и сложившейся ситуации. В меньшей степени деятельность социологов в представлениях государственных гражданских служащих связана с изменением и преобразованием общества и его структурных элементов.

Информированность государственных гражданских служащих о взаимодействии организации с профессиональными социологами достаточно низкая (рисунок 2). Треть респондентов затруднились высказать мнение о том, взаимодействует ли организация с профессиональными социологами. Около 40% респондентов скорее отрицают факт взаимодействия с профессиональными социологами и факт привлечения социологов в управленческую деятельность органов государственного управления.

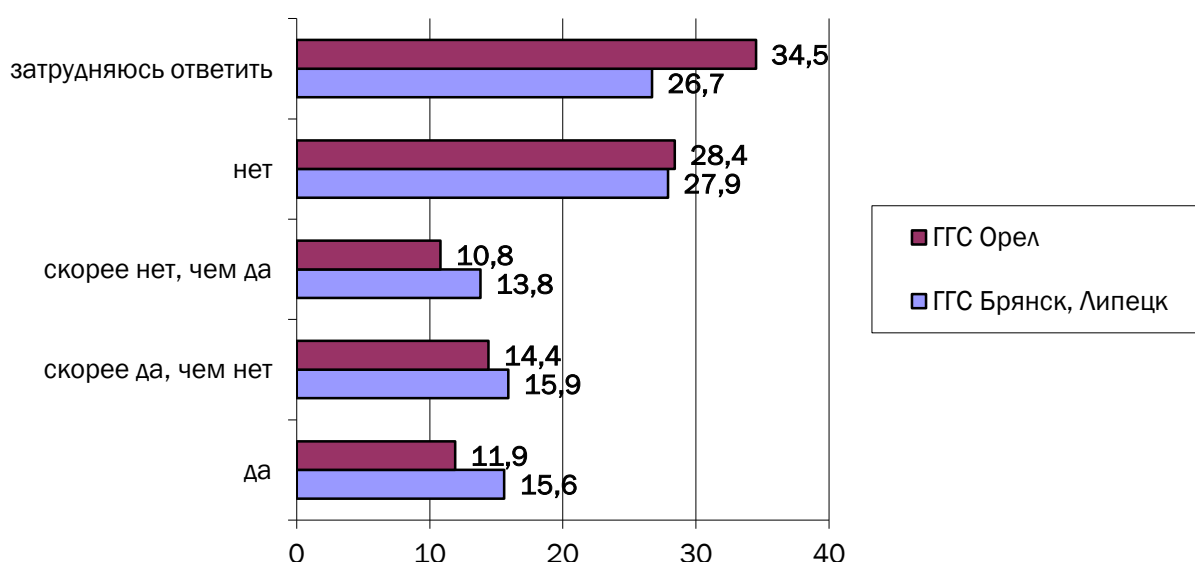


Рисунок 2 – Информированность о взаимодействии организации с профессиональными социологами

И только около четверти опрошенных убеждены в том, что организация взаимодействует с профессиональными социологами.

Таким образом, анализ когнитивных ориентаций государственных гражданских служащих относительно социологии и социологических исследований позволяет сделать вывод о фрагментарности представлений о социологии, профессиональных характеристиках деятельности социологов и возможностях социологии в профессиональной управленческой деятельности.

Характеристика аффективной ориентации государственных гражданских служащих непосредственно связана с заинтересованностью информацией о результатах опросов общественного мнения (рисунок 3).

В среде государственных гражданских служащих заинтересованность информацией о результатах социологических исследований, в целом, выше, чем у населения.

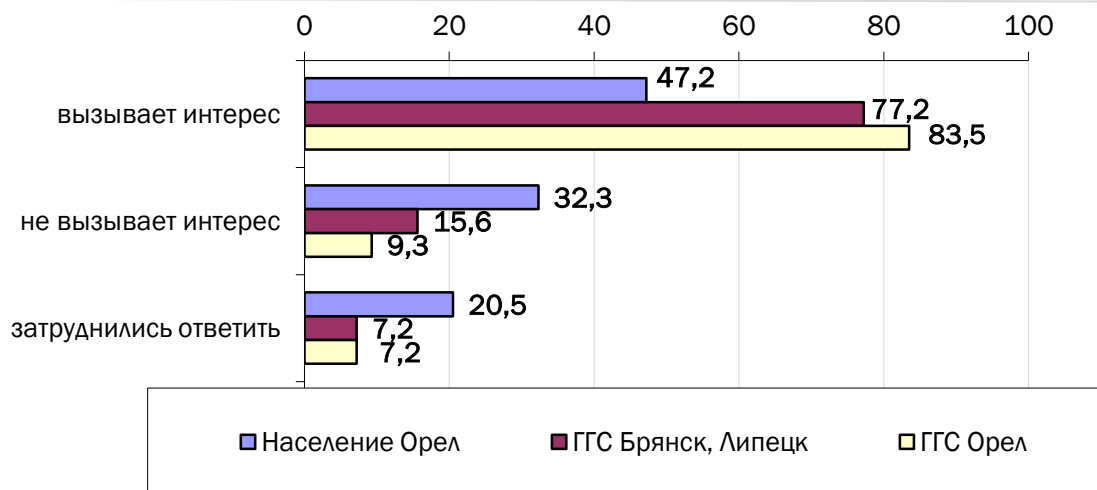


Рисунок 3 – Заинтересованность в информации о результатах общественного мнения

Подавляющее большинство государственных гражданских служащих показывают высокий уровень заинтересованности социологической информацией (83,5% и 71,2%). В этой профессиональной среде практически нет сомневающих в своем уровне заинтересованности. Однако среди населения заинтересованность информацией о результатах социологических исследований существенно ниже. Эти показатели коррелируют с полученными ранее результатами, свидетельствующими о том, что жители Орла с меньшим интересом относятся к информации о социологических исследованиях (76% – заинтересованность в целом по России, 56% – заинтересованность в Орле).

Анализ аффективных ориентаций свидетельствует о низкой оценке научного статуса, относительных затруднениях в оценке использования и недостаточном осознании значимости результатов социологических исследований для практической деятельности в различных сферах.

Анализ оценочных ориентаций основан на таких индикаторах как доверие деятельности социологов и оценка целесообразности проведения социологических исследований и привлечения социологов в деятельность органов государственного управления.

Изучение степени доверия результатам опросов показывает, подавляющее большинство респондентов говорят о том, что результаты частично отражают, и только около 15% государственных гражданских служащих абсолютно убеждены в достоверности результатов исследования. Незначительно в целом число «отрицающих» то, что результаты отражают реальные мнения граждан (рисунок 4).

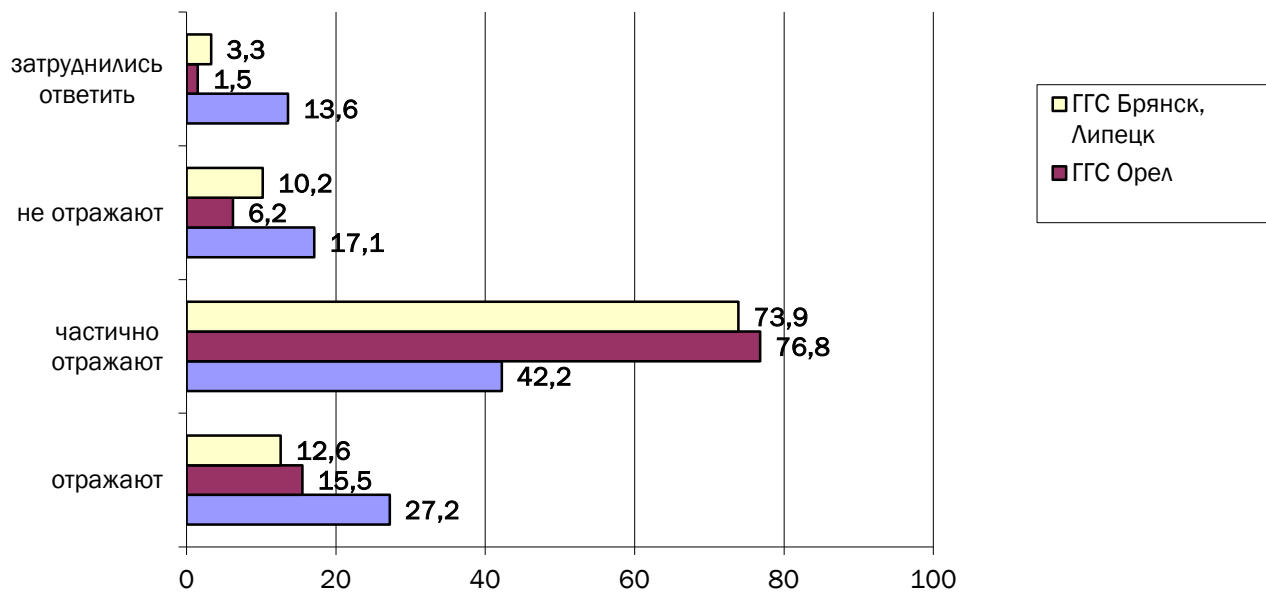


Рисунок 4 – Доверие результатам социологических исследований

Следует отметить, что существует ряд факторов, снижающих абсолютный уровень доверия результатам социологических исследований. Основными из них являются, во-первых, расхождение собственных оценок и представлений с полученными результатами социологических исследований. Это обусловлено тем, что результаты эмпирических исследований представляют усредненную картину социальной действительности, в которой и отражены индивидуальный опыт, ценности, отношения в целом. Во-вторых, недостаточный уровень развития социологического воображения, которое не позволяет выйти за пределы осмысления и восприятия собственного опыта. В-третьих, уровень оценки профессионализма социологов.

В профессиональной группе государственных гражданских служащих прослеживается следующая тенденция: категории руководителей, помощников и советников отличает более высокая степень доверия результатам социологических исследований. Лица, занимающие младшие группы должностей, напротив, демонстрируют низкую степень доверия результатам социологических исследований. Пол, возраст государственных гражданских служащих не оказывают существенного влияния ни на заинтересованность, ни на доверие.

Доверие результатам социологических исследований выступает существенным фактором, влияющим на отношение к социологии в целом. Так, убежденность в целесообразности привлечения социологов в деятельность государственной гражданской службы существенно выше у респондентов с высокой степенью доверия, и наоборот. Необходимость проведения социологических исследований признают 83,3% опрошенных респондентов с высоким уровнем доверия результатам опросов.

Проведенный анализ в целом позволил сформировать представление о том, что заинтересованность, доверие и оценка целесообразности проведения социологических исследований и опросов общественного мнения у населения и в профессиональной группе государственных гражданских служащих имеют отличия, но в целом, находятся на достаточно высоком уровне.

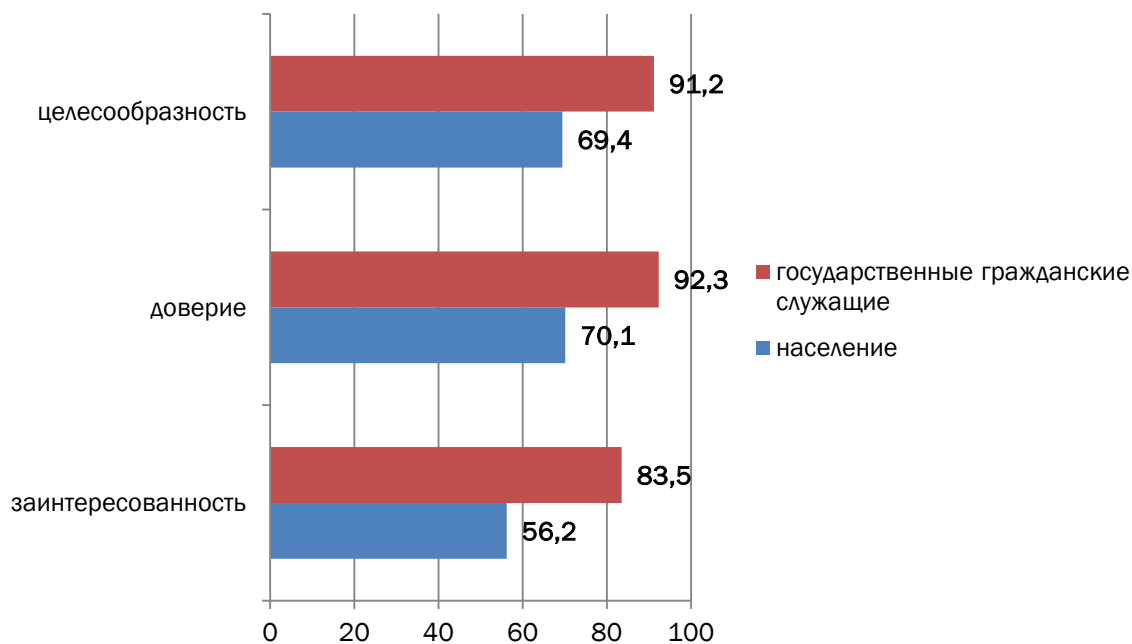


Рисунок 5 – Оценка целесообразности, доверия и уровня заинтересованности населением и профессиональной группой государственных гражданских служащих

А.К. Сельченко

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ КОММУНИКАЦИЯ СОЦИАЛЬНЫХ РАБОТНИКОВ В СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКЕ РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ АНАЛИЗА ГОСУДАРСТВЕННЫХ УЧРЕЖДЕНИЙ СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ)

СЕЛЬЧЕНОК Анастасия Константиновна – аспирант НИУ ВШЭ. E-mail: anastasiya.selchenok@gmail.com

Доклад посвящен исследованию социальной российской политики, а также роли и влияния профессионалов на общественное развитие в социальной работе и на профессиональную коммуникацию данных профессионалов. Для обзора исследований взаимодействия профессионалов, клиентов и государства в современной России применяется неовеберинский подход социологии профессии⁶.

Ключевые слова: социальная политика, социальная работа, неовеберинский подход, социология профессий, социальные коммуникации, профессиональная автономия.

Попытки активного государственного вмешательства в рыночную экономику, начавшиеся в перестроечный период, являются первым шагом к эффективной социальной политике⁷. Одним из основных поставщиков социальных услуг являются профессионалы социальной работы. Согласно Е. Ярославской-Смирновой, социальная работа в России претерпевает качественную трансформацию: повышается интерес к профессиональному образованию, растет обмен теории и практики, налаживаются межведомственные и межсекторные связи⁸.

⁶ Статья подготовлена по результатам исследовательского проекта «Профессии в социальном государстве», выполненного в рамках Программы «Научный фонд НИУ ВШЭ» в 2012-2013 гг.

⁷ Социальный менеджмент: учебное пособие / Д.В. Зайцев, Г.Г. Карпова, Г.В. Любочева и др.; под ред. П.В. Романова, Е.Р. Ярославской-Смирновой – Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2008. С. 35.

⁸ Ярославская-Смирнова Е. Р. Профессионализация социальной работы в России // Социологические исследования. 2001. №5. С. 88.

Инициаторами социальных изменений может выступить не только государство, но и профессионалы. Однако пока неизвестно, готово ли оно прислушиваться к предложениям по развитию социальной работы, исходящим от профессионалов социальной сферы. Таким образом, изучение профессии социальная работа позволит ответить на вопрос – могут ли эти профессионалы выступать в качестве агентов социальных изменений в процессе взаимодействия с клиентами и государством.

Степень автономии социальной работы варьируется в зависимости от профессиональной сферы. В Великобритании, социальные работники, занятые в НКО обладают большей степенью профессиональной автономии, нежели их коллеги, занятые в государственных учреждениях. В России же большинство работников социальных служб заняты в государственных учреждениях, что сказывается на низкой степени автономии профессионалов. Представители неовебериянского подхода рассматривают профессиональные группы как солидарные группы интересов, которым в ходе профессиональной коммуникации удалось занять монополистическую позицию на рынке услуг⁹.

Сотрудники Центра социально-политических и гендерных исследований (ЦСПГИ) и научно-учебной группы «Профессии в социальном государстве НИУ ВШЭ» в 2013 году провели массовый опрос социальных работников в государственных учреждениях социального обслуживания (n=1165). Нами был проанализирован описанный выше концепт профессиональной автономии.

60,5% специалистов по социальной работе согласны с утверждением, что у них есть возможность проявить инициативу, улучшить или предложить новую услугу. Большинство согласно с тем, что у них есть необходимое и достаточное образование для выполнения их работы. Если в научно-технической сфере специалисты осознают важность научного прогресса и необходимость быть в курсе последних новинок, то в социальной работе профессионалы убеждены в том, что все необходимое они уже знают.

52,1% респондентов утверждают, что они могут влиять на работу команды специалистов, членом которой они являются. В ходе своей профессиональной деятельности специалисты по социальной работе подотчетны начальникам отделов и директорам центров. Однако командная работа и работа в малых группах не особенно актуальна в социальной работе в ежедневной практике в условии того, что каждый отдельный специалист имеет ряд задач (таких, как обследование материально-бытового положения одиноких граждан пенсионного возраста и инвалидов). В способах решения задач, в основном, специалист, имея четкую инструкцию от более опытных коллег и руководства, находится в своем собственном распоряжении. При этом вся ответственность лежит только на нем самом. Коммуникация с другими профессионалами возникает не внутри самого учреждения, а вне учреждения социального обслуживания. Например, взаимодействие с врачами и сотрудниками полиции.

Специалисты по социальной работе и социальные работники включаются в командную работу в ситуациях организации мероприятий. Примером может служить подготовка к конкурсу «Лучший социальный работник». По словам начальника отдела Комплексного центра социального обслуживания г. Смоленска, целью данного конкурса является знакомство социальных работников друг другом, придание чувства уверенности в себе, развлечение и др.

При возникновении затруднений в решении нестандартных («нешаблонных») ситуаций специалист может обратиться к директору Центра, чтобы собрать остальных сотрудников для проведения «мозгового штурма». Однако данный момент может расцениваться как неспособность принимать решения и несамостоятельность специалиста).

Данные параметры свидетельствуют о значимом потенциале для развития профессиональной автономии на микро-уровне. Однако если переходить от ответов респондентов к их реальным действиям в профессиональной деятельности, то можно наблюдать декларативность утверждений специалистов по социальной работе о том, что они обладают возможностью улучшать социальные услуги, выбирать способ выполнения поставленных задач и др.

⁹ Мансуров В.А., Юрченко О.В. Социология профессий. История, методология и практика исследований // Социологические исследования. 2009. № 8. С. 36-46.

На вопрос «По Вашему мнению, в какой мере Вы можете заставить прислушаться к себе, когда выступаете на совещании, собрании, конференции?» 30,5% респондентов ответили, что «в полной мере», 22,6% – «не в полной мере», 35,6% «е выступаю публично» и 2% – «не могу вовсе».

Таким образом, профессионалы социальной работы обладают потенциалом для профессиональной автономии для развития социальной политики, что выражается в стремлении проявлять инициативу и внедрять новые социальные услуги. Однако немногие обладают реальным опытом успешной попытки и завершения инициатив, приводящих к развитию сферы социального обслуживания. Осознание места и роли специалистов по социальной работе сквозь призму понятия «профессиональная автономия сможет содействовать социальным изменениям, исходящим не только от государства, но и от представителей данной профессиональной группы. Именно в современном российском обществе, переживающим драматические перемены, потребность в эффективных социальных услугах и исследовании социальной политики становится особенно острой.

Литература

- 1 Мансуров В.А., Юрченко О.В. Социология профессий. История, методология и практика исследований // Социологические исследования. 2009. № 8. С. 36-46.
- 2 Социальный менеджмент: учебное пособие / Д.В. Зайцев, Г.Г. Карпова, Г.В. Любочева и др.; под ред. П.В. Романова, Е.Р. Ярской-Смирновой – Саратов: Саратов. гос. техн. ун-т, 2008.
- 3 Ярская-Смирнова Е. Р. Профессионализация социальной работы в России // Социологические исследования. 2001. №5. С. 86-95.

СОЦИОЛОГИЯ ДОВЕРИЯ

М.В. Барановский К ВОПРОСУ О СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ ДОВЕРИЯ

БАРАНОВСКИЙ Максим Витальевич – адъюнкт кафедры социологии Военного университета. E-mail: x3.mac@yandex.ru

Социальные процессы трансформации общества и модернизации социальных институтов все чаще приводят исследователей к поискам ответов на вопрос об определении и описании механизмов, обеспечивающих социальный порядок и устойчивые общественные отношения в различных сферах современного социума. Многогранность проблемы находит свое отражение на всех уровнях социально-гуманитарного знания, однако большинство ученых приходят к выводу о необходимости поиска ее решения в тесной взаимосвязи с феноменом доверия, с его местом и ролью в процессе социального управления.

В социологической науке доверие как социальный феномен рассматривается прежде всего как предпосылка социального порядка¹. Согласно теории Э. Дюркгейма (концепция органической и механической солидарности) переход от традиционного общества к современному сопровождается заменой личностного (персонифицированного) доверия на безличностное (институциональное)².

По результатам 13-го ежегодного исследования «Edelman Trust Barometer», которое является крупнейшим в мире исследованием подобного рода (31 000 респондентов в 26 странах), Россия с самым низким уровнем доверия (36 пунктов) занимает последнее место среди стран, принявших участие в мониторинге³. Для сравнения, первое место в рейтинге Эдельмана в 2013 г. занимает Китай, с индексом 80 пунктов. Данный индекс доверия в стране, складывается, в свою очередь, из результатов измерения состояния доверия населения стран:

- 1 социальным институтам, среди которых выделяют правительство, бизнес, средства массовой информации и неправительственные организации;
- 2 технологическим индустриям, к которым относят технологии, автомобильную промышленность, продукты питания и безалкогольные напитки, потребительские товары, телекоммуникации, пивоварение и спиртные напитки, энергетику, фармацевтику, средства массовой информации, банки, финансовые сервисы;
- 3 конкретным людям: ученым или экспертам, техническим экспертам компаний, «таким людям, как я», финансовым или отраслевым аналитикам, представителям неправительственных организаций, обыкновенным сотрудникам, крупным бизнес-руководителям, государственным чиновникам⁴.

¹ Социальный порядок – 1) социальная интеграция, объединяющая людей в единое целое, посредством общезначимых ценностей и символов; 2) система, включающая индивидов, взаимосвязи между ними, привычки, обычаи, способствующие деятельности, необходимой для успешного функционирования системы (См.: Социологическая энциклопедия: в 2 т. М.: Мысль, 2003. Т. 2. С. 233).

² См.: Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. Метод социологии / Пер. с франц. – М., 1990. С. 142–216, 328–347; Селигмен А. Проблема доверия / Пер. с англ. – М., 2002. С. 10.

³ PR-агентство «Edelman» с 2001 г. осуществляет мониторинг состояния доверия респондентов к социальным институтам, отраслям общественной жизни, к видным государственным, общественным лидерам и бизнесменам (см.: 2013 Edelman Trust Barometer // Edelman; <http://www.edelman.com/insights/intellectual-property/trust-2013/>).

⁴ Global results // Edelman // <http://www.edelman.com/trust-downloads/global-results-2/> (дата обращения 06.05.2013).

В шкале доверия страны разделяются на три подгруппы, в зависимости от полученного индекса:

- «не доверяющие» – с индексом до 50 пунктов;
- «нейтральные» – 50–60 пунктов;
- «доверяющие» – свыше 60 пунктов.

Другое исследование социального доверия в 7 странах (Япония, Тайвань, США, Германия, Россия, Чехия и Турция), проведенное японским исследователем М. Сасаки и рядом отечественных ученых, показало более оптимистичные результаты, касающиеся состояния доверия в России⁵. Так же как и в исследовании компании «Edelman», по результатам измерения уровня доверия выделены 3 группы стран:

- с относительно высоким уровнем доверия – Япония (79,9), США (78,8), Германия (75,8), Тайвань (70,0);
- со средним уровнем доверия – Россия (55,4), Чехия (48,8);
- с низким уровнем доверия – Турция (10,2)⁶.

Данные двух представленных исследований разнятся прежде всего по причине разных методологических подходов к пониманию проблемы. Поэтому, результаты этих исследований нужно скорее не сравнивать, а синтезировать для получения наиболее полной и всесторонней модели описываемого феномена.

В первом исследовании, доверие рассматривается на уровне чисто социальном, не затрагивая социальных взаимодействий между членами общества в межличностной сфере деятельности. Доверие институциональное и абстрактное (к публичным представителям социальных институтов), становится основой для выводов об уровне доверия всего населения страны.

В сравнительном анализе доверия в различных странах, во втором исследовании, акцент делается на межличностные отношения и персонифицированное доверие между членами общества. Ключевым в этом случае становится вопрос: «Считаете ли Вы, что большинству людей можно доверять?».

Этот же вопрос в России задавали своим респондентам и специалисты Фонда Общественное мнение. В нашей стране 82% респондентов считают, что «в отношениях с людьми следует быть осторожными». Однако в данном опросе конкретизирована тема межличностных отношений между людьми путем выделения в «большинстве людей», так называемых окружающих, которым доверяют 55% опрошенных и «осторожничают» 41%⁷.

Другие крупные отечественные социологические исследовательские организации, чаще всего ограничиваются составлением рейтингов доверия населения институтам власти и конкретным политикам⁸.

Анализируя опыт социологических исследований феномена доверия в современном обществе, а также теоретическую базу, на которой они основываются, представляется возможным сделать попытку уточнения и самой категории доверия. В социологическом анализе представляется правомерным структурирование доверия по уровням его функционирования в социальном пространстве с учетом многогранности изучаемого феномена.

Для операционализации и измерения уровня доверия можно условно выделить три основных уровня:

⁵ Сасаки М., Давыденко В.А., Ромашкина Г.Ф., Воронов В.В. Сравнительный анализ доверия в различных странах // Социологические исследования, № 3, 2013, с. 60–73.

⁶ Там же, с. 65.

⁷ Ответственность, взаимопомощь и доверие в российском обществе // Фонд Общественное мнение, 30.08.2012; <http://fom.ru/obshchestvo/10605> (дата обращения 28.04.2013).

⁸ Доверие институтам власти // Левада-центр, 02.11.2012; <http://www.levada.ru/02-11-2012/doverie-institutam-vlasti> (дата обращения 20.04.2013); Доверие политикам // Всероссийский центр изучения общественного мнения; <http://wciom.ru/confidence-politicians/> (дата обращения 07.05.2013).

- 1) доверие к личности (личное доверие), выражающееся в доверии к людям, с которыми человек вступает в прямые контакты, и состоящий из психологического, должностного (статусного) и социально-демографического доверия;
- 2) организационно-групповое доверие, основанное на межличностных отношениях в группе, коллективе или организации;
- 3) институциональное доверие – ожидание того, что социальный институт выполнит свою функцию по удовлетворению потребностей.

Основная задача развития социологических исследований доверия на современном этапе – выработка общих показателей и критериев измерения его состояния, подробное всестороннее описание феномена, с целью повышения объективности получаемых данных, разработка универсального рейтинга доверия в современном социуме. Доверие выступает одним из ключевых социальных феноменов, позволяющих обеспечивать социальный порядок, что особенно актуально в условиях модернизации современного российского общества.

Т.А. Гужавина
СОЦИАЛЬНОЕ ДОВЕРИЕ И ПРОТЕСТНАЯ АКТИВНОСТЬ
(НА МАТЕРИАЛАХ ИСЭРТ РАН г. ВОЛОГДА)

ГУЖАВИНА Татьяна Анатольевна – кандидат философских наук, доцент, ведущий научный сотрудник лаборатории экономико-социологических исследований ИСЭРТ РАН (г. Вологда). E-mail: tanja_gta@mail.ru

Политический протест как совокупность политических практик, осуществляемых индивидуальными или коллективными субъектами, служит выражению несогласия с деятельностью и решениями функционирующих политических институтов. Данные практики весьма обширны. Это всегда достаточно широкий набор средств, используемый участниками для предъявления требований другой стороне. Выбор той или иной формы зависит, по мнению Ч. Тилли, от организационных сетей, а также от обыденных консервативных практик населения [4, р. 18]. Репертуар, как правило, вписывает социальное взаимодействие в устойчивые рамки, выступая одновременно как набор стратегий и культурное явление. В своих работах он рассматривал репертуары коллективного действия в долгосрочной перспективе, подчеркивая, что они меняются очень медленно. Ч. Тилли сделал такое утверждение незадолго до того, как социальные сети стали глобальными и массовыми, и, очевидно, недооценил ту скорость диффузии протестных инноваций, которую они делают возможной.

Сегодня основные формы протеста, возникшие вместе с зарождением индустриального общества, такие как митинги, шествия, демонстрации, пикеты и забастовки, дополнились формами, получившими название инновационных или альтернативных. К их числу относят флеш-мобы, автопробеги, «народные гуляния», «прогулки писателей и художников», разбивку палаточного лагеря Оккупай Абай, хакерские атаки, направленные на сайты политических и общественных организаций, Правительства РФ [2].

Проникновение новых технологий протеста в регионы находится на раннем этапе, однако скорость диффузии инноваций очень велика и на новом этапе политического развития следует ожидать гораздо более широкого использования этого инструмента политической конфронтации и канала политической мобилизации.

В связи с этим представляет интерес изучение такого фактора формирования протестной активности, как возникновение дефицита доверия. Снижение уровня доверия – это снижение ожиданий граждан к возможным результатам взаимодействия с властью, это оценка ее деятельности в общественном мнении жителей как страны в целом, так и ее регионов. Возникнув как следствие кризиса 1990-х, дефицит доверия сохраняется до сих пор и характеризуется низким уровнем

институционального доверия. Наиболее ярко недоверие проявляется по отношению к существующим политическим институтам. Госструктуры относятся к числу специальных организаций, которые генерируют и поддерживают правила игры и формируют условия для институционального доверия.

Региональное сообщество проявляет институциональное доверие по отношению к госорганам, региональной и местной власти, общественным организациям. Падение уровня доверия можно рассматривать как индикатор деформационных процессов в сфере политической жизни. Сегодня значительная доля вологжан не верит в возможность повлиять на деятельность органов власти и тем самым изменить что-либо к лучшему. Данные мониторинга позволяют проанализировать этот компонент протестного синдрома у жителей Вологодской области

Таблица 1 Определите, пожалуйста, свое отношение к действующим в стране общественным структурам и институтам власти (вариант ответа: «доверяю», % от числа опрошенных)*

Вариант ответа	Вологодская область			Российская Федерация		
	2008 г.	2012 г.	2012 г. +/- к 2008 г.	2008 г.	2012 г.	2012 г. +/- к 2008 г.
Президент	65,2	45,7	-19	62,3	49,0	-13
Церковь	51,9	41,4	-11	47,0	53,5	+7
Правительство РФ	60,2	39,6	-20	41,0	36,0	-5
Суд	41,3	36,1	-5	11,7	15,5	+4
Руководство области	48,6	34,6	-14	-	-	-
Прокуратура	40,9	33,9	-7	11,7	15,5	+4
ФСБ	43,8	33,2	-11	-	-	-
Совет Федерации РФ	47,6	32,3	-16	22,7	25,5	+3
Армия	37,8	31,3	-7	43,7	47,5	+4
Государственная Дума	42,0	30,5	-11	17,0	20,0	+3

*В порядке убывания по результатам 2012 г.
 Источник: данные ИСПИ РАН (по Российской Федерации) [1], данные мониторинга общественного мнения ИСЭРТ РАН (по Вологодской области).

Деструкция доверия, представляя неформальное социальное отношение, основанное на выборе и добровольности, может привести к ослаблению или утрате социальной идентичности. Наиболее опасно это для региональной власти, поскольку она в этом случае теряет механизмы поддержки, необходимые при осуществлении экономической и социальной политики, обеспечении социальной стабильности.

Возникает вопрос, как можно преодолеть тупик деструкции доверия и распада традиционных форм коллективности. Располагая значительным массивом эмпирических данных о протестном поведении населения Вологодской области (да и всей России), мы не имеем сегодня интегральной теоретической модели, увязывающей различные факторы возникновения предпосылок протеста, и трансформации этих предпосылок в протест. Предстоит выявить, каковы основания для формирования установки недовольства, какие процессы и факторы приводят к тому, что социально-психологическая установка недовольства трансформируется в реальное протестное поведение (или другую поведенческую реакцию).

На наш взгляд кризис доверия – это результат развернувшегося процесса формирования культуры недоверия. Мы можем наблюдать такие факторы, как нормативный хаос, выражающийся прежде всего в неустойчивости ценностных ориентиров и, как следствие, в хаотичности и непредсказуемость бурно развернувшихся процессов социальной трансформации; радикальные изменения социального порядка, выразившиеся в изменении политической системы общества и в изменениях его социальной структуры, непрозрачность социальной организации и неизведанность окружающего мира, проявляющихся в неясности, как целей так и предполагаемых итогов масштабных политических и экономических преобразований.

Данные факторы объективного порядка дополняются субъективными характеристиками действующих агентов. Как показывают результаты опросов, около трети респондентов стабильны в своем убеждении, что никому нельзя доверять, и половина из них готовы доверять только близким друзьям и родственникам. Полученные данные говорят о сильной ориентации большинства населения области на общности ближайшего общения и прежде всего на семью.

Таблица 2 Кому Вы можете доверять? (в% от числа опрошенных)

Варианты ответов	Декабрь 2011 г.	Февраль 2013 г.
В наше время никому нельзя доверять	24,7	27,9
Только самым близким друзьям и родственникам	56,7	52,5
Большинству знакомых мне людей можно доверять	16,1	15,2
Доверять нужно всем без исключения	2,5	1,6
<i>Вопрос задавался в декабре 2011 г. и в феврале 2013 г. Источник: данные мониторинга ИСЭРТ РАН.</i>		

Эти данные в полной мере стоит соотнести с результатами ответов на вопрос о готовности людей к объединению друг с другом по поводу защиты своих интересов (см. табл. 5 и 6).

Таблица 5 Готовы ли Вы объединиться с другими людьми для совместных действий для защиты общих интересов? (% от числа опрошенных)

Вариант ответа	2011 г.	2013 г.
Готов и скорее готов	25,2	19,9
Не готов и скорее не готов	25,2	37,1
Затрудняюсь ответить	27,7	37,1
<i>Вопрос задавался в декабре 2011 г. и в феврале 2013 г. Источник: Данные мониторинга ИСЭРТ РАН.</i>		

Таблица 6 Как бы Вы оценили степень своего участия в общественной и политической жизни? (% от числа опрошенных)

Вариант ответа	2011 г.	2013 г.
Активное и скорее активное	27,1	23,0
Пассивное и скорее пассивное	48,3	49,8
Затрудняюсь ответить	24,6	27,2
<i>Источник: Данные мониторинга ИСЭРТ РАН.</i>		

Неготовность объединяться, самоизоляция в закрытом мире семьи и друзей – это своего рода индикатор климата общественного недоверия, существующего в региональном сообществе. Дальнейшая деструкция социального капитала (иное понимание доверия), представляющего неформальное социальное отношение, основанное на выборе и добровольности, может привести к ослаблению или утрате социальной идентичности.

Литература

- 1 Как живешь, Россия? [Электронный ресурс]: XXXVII этап социологического мониторинга, декабрь 2013 г. / В.К Левашов, В.А. Афанасьев, О.П. Новоженина, И.С. Шушпанова. – М.: ИСПИ РАН, 2012. – 48 с.

- 2 Официальный сайт «Грани.ру» DDoS-атаки; <http://grani.ru> (дата обращения – 26.05.2013).
- 3 Радаев В.В. Что такое рынок: экономико-социологический подход (окончание) // Экономическая социология. Электронный журнал. www.ecsoc.msses.ru – 2007. – Т. 8. №1. С. 11; <http://ecsoc.hse.ru/> (дата обращения – 20.11.2013).
- 4 Tilly C. Regimes and Repertoires. The Univ. of Chicago Press, 2006.

А.А. Злотников

ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ К ПОЛИТИКЕ И УРОВЕНЬ ДОВЕРИЯ ОРГАНАМ ВЛАСТИ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ГОМЕЛЬСКОЙ ОБЛАСТИ)

ЗЛОТНИКОВ Андрей Анатольевич. – доцент ГГТУ им. П.О. Сухого (г. Гомель, РБ), кандидат социологических наук, доцент. E-mail: azoloto@tut.by

Объектом исследования выступала студенческая молодежь дневных отделений вузов Гомельской области, при отборе респондентов использовалась квотно-пропорциональная выборка. Доверительная вероятность 95%. Статистическая ошибка выборки 2,5%. Анкетирование было проведено в апреле-мае 2013 г. Опрос производился по месту учебы респондентов ($n=1011$).

Отношение студентов к политике и политической жизни в стране зависит от целого комплекса факторов: от собственных убеждений, включая политические; от гражданской и патриотической идентичности; от мнения референтных групп; от мнения родителей и т.д. и т.п. Однако в контексте нашего исследования наибольший интерес и значение играет роль высших образовательных учреждений в формировании политического сознания, культуры и политического поведения молодых людей. Полученные данные свидетельствуют о том, что отношение студентов к политике кардинально меняется за время учебы в вузе, что отчетливо прослеживается даже на примере четырех курсов обучения (см. рис. 1). Снижается удельный вес пассивно-равнодушно и отрицательно настроенных к политике и, наоборот, активизируется степень интереса к политике. Хотя в целом, конечно, можно отметить, что каждый пятый студент (21%) равнодушен к политике. Именно в этой группе молодых людей самый низкий удельный вес: тех, кто считает себя патриотами (52%); тех, кто участвовал в выборах депутатов Парламента в сентябре 2012 г. (48%); тех, кто состоит в БРСМ (56%) и тех, кто относит себя к активным членам данной организации – всего 1%! Среди них также всего больше всего людей, у которых современная Беларусь вызывает разочарование – 19% и ниже всего уровень доверия органам власти.

Основными формами участия в общественно-политической жизни является членство в БРСМ и других общественных организациях (69%); участие в различных общественных мероприятиях, проводимых как в вузе, так и за его пределами (25%), а также активное участие в организации различных общественных мероприятий. Что свойственно каждому десятому студенту. В тоже время участие в различных протестных акциях, «флэш-мобах», а также обращения в различные инстанции характерно только для 2-3% респондентов.

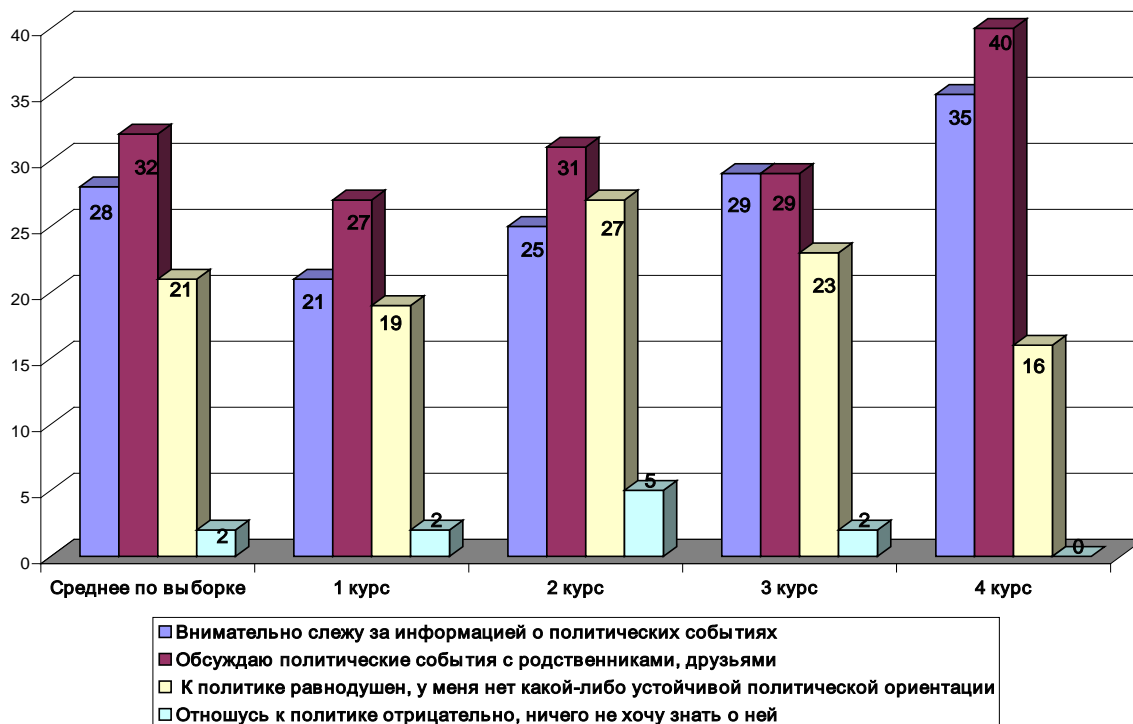


Рисунок 1 – Отношение студентов к политике в зависимости от курса

Одним из важнейших показателей социально-политической ситуации в регионе и стране в целом является **уровень доверия** населения различным социальным институтам и органам власти, который представлен на рисунке 2.

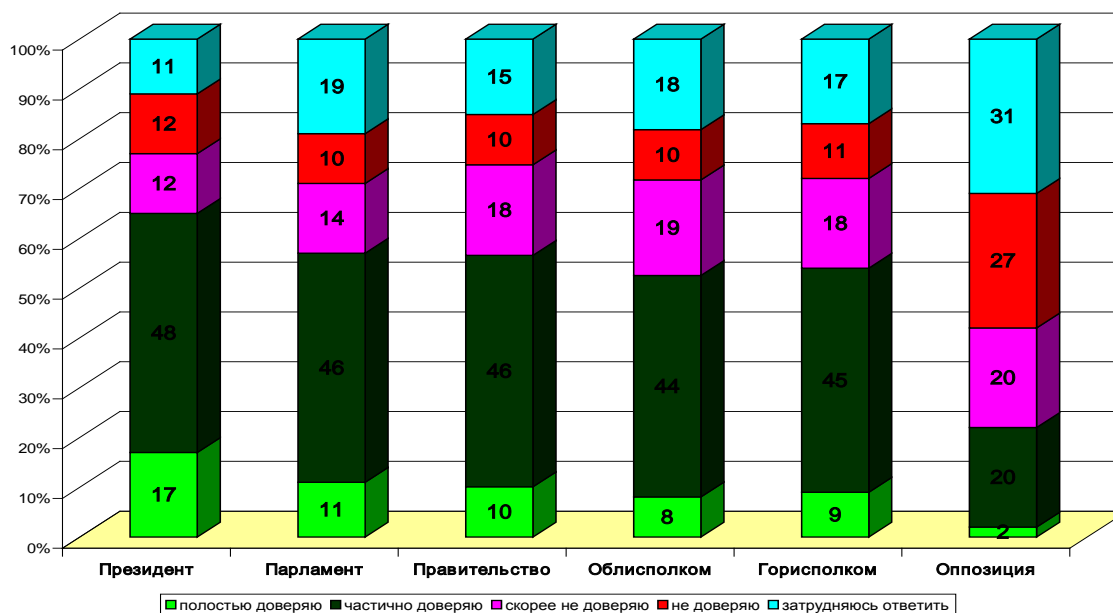


Рисунок 2 – Уровень доверия органам власти

Среди органов власти по-прежнему самый высокий уровень доверия Президенту Республики Беларусь. Это наибольший позитивный показатель – 63% респондентов, которые полностью или в основном доверяют Президенту. Традиционно наибольшей популярностью Президент пользуется у

респондентов в возрастных категориях 50-59 и старше 60 лет. Следует отметить, что достаточно высоким уровнем доверия Президент Республики Беларусь пользуется и у студенческой молодежи Гомельской области. Если сопоставить уровень доверия Президенту Республики Беларусь с уровнем доверия оппозиции, то следует отметить, что студентов, которые полностью или частично доверяют оппозиции значительно меньше – 22%. При сопоставлении этих данных с мнением молодых людей о роли оппозиции в нашем обществе следует зафиксировать, что примерно треть из респондентов считает, что оппозиция активизирует деятельность органов государственной власти. Вместе с тем это не означает, что все кто так считает, испытывают доверие к оппозиции.

Однако отвечая на гипотетический вопрос анкеты о том, кому бы студент отдал свой голос на выборах, если бы они были завтра, то за кандидата от оппозиции готовы проголосовать только 2% студентов. В то время как за действующего Президента – 36%. Еще выше удельный вес тех, кто готов проголосовать за действующего Главу государства, среди патриотически настроенных молодых людей (см. рисунок 3).

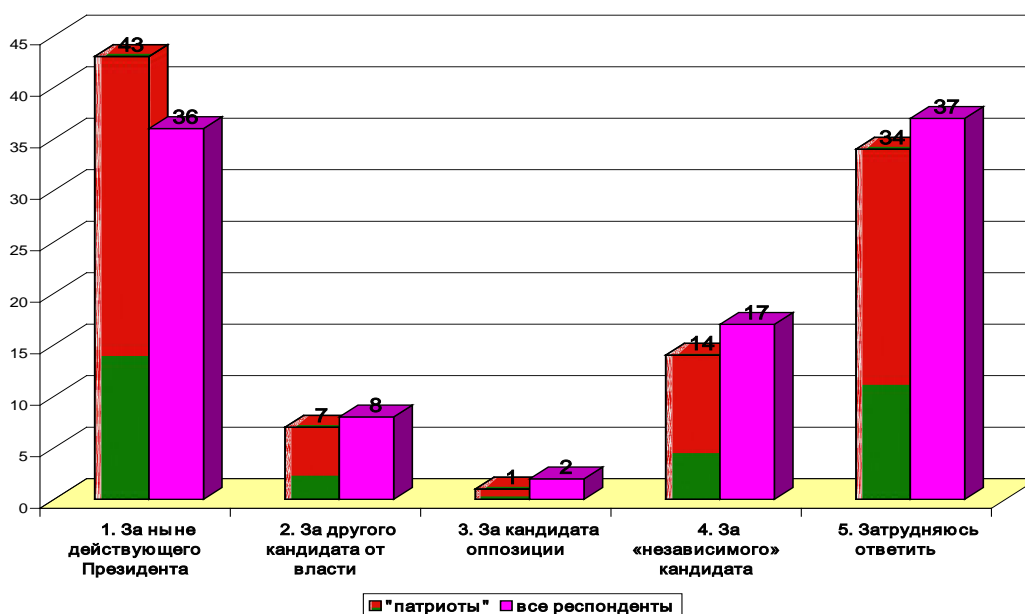


Рисунок 3 – Готовность голосовать на выборах, в зависимости от самооценки патриотизма

Степень доверия к органам власти является важнейшим элементом *легитимности* власти. Вместе с тем следует учитывать наличие нормального распределения в оценках социальных мнений, в соответствии с которым существует прослойка людей (от 5 до 15%), проявляющих недоверие к существующей власти на любом уровне. Большое значение при анализе уровня доверия/недоверия власти имеет также и учет некоторых исторических социокультурных и ментальных закономерностей.

По данным нашего исследования следует выделить две категории людей: 1) которые либо совсем не доверяют разным органам власти («не доверяю»), либо 2) доверяют минимально («скорее не доверяю»). Данные нашего исследования показывают, что к первой категории студентов относятся от 10% до 12% от всего массива опрошенных. Ко второй – несколько более широкий круг студентов – от 12% до 19% по отношению к отдельным органам власти. Поэтому достаточно корректным способом обобщенной оценки нам представляется интегральный **индекс доверия** по отношению органам власти и оппозиции, который рассчитывается по следующей формуле:

Индекс доверия = («Полностью доверяю» + «Скорее доверяю») – («Скорее не доверяю» + «Не доверяю»). Данный индекс может изменяться в интервале от 100 до – 100.

Результаты вычислений представлены на рисунке 4.

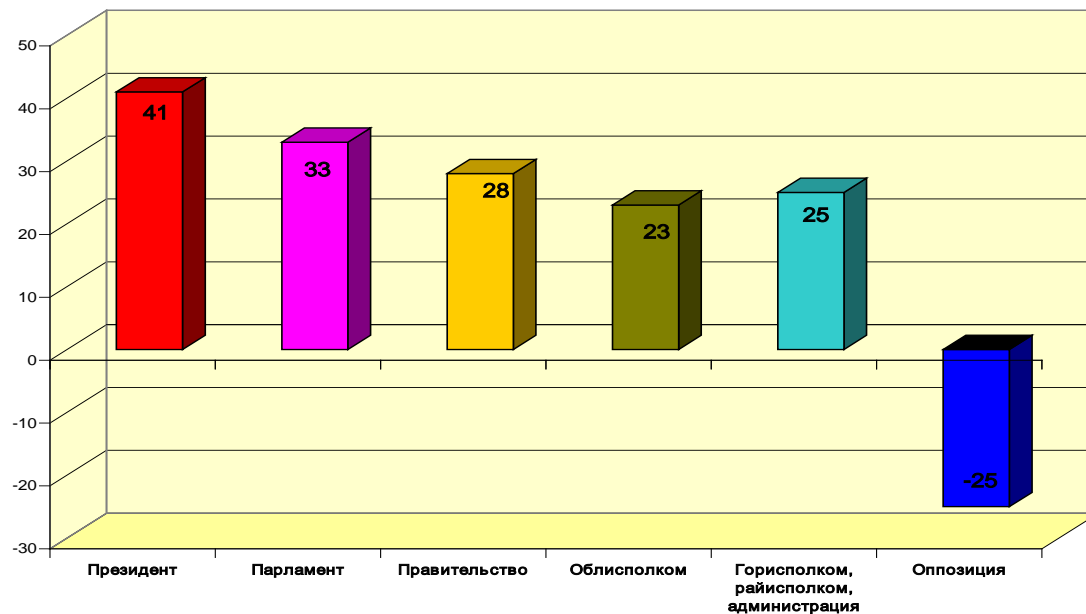


Рисунок 4 – Индекс доверия органам власти и оппозиции

Как следует из представленных данных самый высокое значение – у индекса доверия Президенту Республики Беларусь, примерно на одинаковом, также достаточно значительно уровне – индекс доверия республиканской исполнительной и законодательной власти. Схожа степень доверия местным исполнительным органам власти: облисполкому и рай(гор) исполкомам и администрациям районов.

О. Н. Козлова

О СПОСОБАХ АНАЛИЗА УРОВНЯ СОЦИАЛЬНОГО ДОВЕРИЯ

КОЗЛОВА Оксана Николаевна – доктор социологических наук, директор Института Социологии Щецинского университета (Польша), профессор кафедры теории и истории социологии социологического факультета РГГУ. E-mail: koohana@gmail.com

Феномен доверия становится в XXI в. все более популярным объектом изучения, растет количество исследований данного феномена. Уровень социального доверия измеряется чаще всего путем измерения степени социальной активности респондента, его включенности в общественные практики и одновременно путем выяснения отношения респондента к «обобщенному другому» – чаще всего к политическим и экономическим институтам. Этой традиции придерживались и социологи Щецинского университета, реализуя сравнительные исследования уровня социального доверия в среде студентов столичных и региональных вузов в 5 странах – Польше, Литве, России, Украине, Чехии – исследовательский проект «Общественное доверие между теорией и практиками» – «Zaufanie społeczne: między wiedzą a praktykami», поддержанный грантом № 116438837 Польского Национального научного комитета – KBN – NCN.

Главным выводом нашего исследования, вероятно, можно считать нахождение (подтверждение) прямой зависимости между феноменом социального доверия и социальными практиками партнерства. Оптимальное соотношение развития индивидуального и социального капиталов, полной самостоятельности и эффективного взаимодействия возможно лишь на основе конструирования партнерских отношений.

Однако теоретический анализ приводит к выводу о неоднозначности установки социального доверия, к выделению как минимум трех его обобщенных форм: слабой – вынужденное доверие,

позиция в активности для себя предприимчивого рискующего дельца; средней (которая является этапом на пути преодоления слабостей первой) – доверие в сетях, порождающее «острова доверия», ведущее к сегментации социального капитала; наконец, сильной – форме доверия ответственного социального актора, стремящегося своей активностью не дестабилизировать, но сбалансировать, гармонизировать состояние социального капитала. Фактически средняя форма доверия представляет собой попытку компенсировать рост взаимной безответственности путем интенсификации действий индивида как социального активиста, члена организаций третьего сектора. Именно наличие данной формы социального доверия измеряется практически во всех статистических исследованиях. При этом третья форма наиболее сложна для операционализации и, соответственно, для определения уровня ее распространенности, поскольку она может выражаться не только в активности, но нередко – в сознательном отказе от активности, в *недействии*. И одновременно именно третья форма доверия – позиция готовности к взаимодействию не подверженного манипуляции самостоятельно мыслящего актора – является оптимальной для развития современного социального капитала.

Литература

- 1 Клеман К. От «обывателей» к «активистам». Условия «рефрейминга» // Как люди делают себя (Рефрейминг как механизм формирования групповой идентификации). Исследовательский проект на 2007-2008 под рук. Е. Даниловой, ИСПАН [date of access: 07/08/2012]
- 2 Штомпка П. Доверие – основа общества. Москва, Издательство: Логос, 2012
- 3 Beck U., Giddens A. and Lash S. Reflexive Modernization: Politics, Tradition and Aesthetics in the Modern Social Order. Stanford, Calif.: Stanford University Press, 1994.
- 4 Democracies in Flux: The Evolution of Social Capital in Contemporary Society (Edited by Robert D. Putnam), Oxford University Press, 2002.
- 5 Diagnoza społeczna 2007. Warunki i jakość życia Polaków, J. Czapieński, T. Panek (red.), www.diagnoza.com/files/diagnoza2007/raport_11.11.2007.pdf; Diagnoza społeczna 2009. Warunki i jakość życia Polaków, J. Czapieński, T. Panek (red.), www.analizy.mpips.gov.pl/images/stories/publ_i_raporty [date of access: 08/05/2012]
- 6 Cultures of trust, Ed. by Kozlova O., Izdebska K. Minerwa Press, Szczecin, 2013
- 7 Rydgren J. Social Isolation? Social Capital and Radical Right-Wing Voting in Western Europe, w: Journal of Civil Society, Sep. 2009, vol. 5, issue 2, s. 129-150.

Н.А. Романович

СТЕПЕНЬ ДОВЕРИЯ НАСЕЛЕНИЯ РАЗЛИЧНЫМ ВИДАМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

РОМАНОВИЧ Нели Александровна – доктор социологических наук, профессор кафедры политологии и политического управления РАНХиГС при Президенте РФ (Воронежский филиал), генеральный директор Института общественного мнения «Квалитас». E-mail: nelly@qualitas.ru.

Известно, что основными основаниями стратификации общества являются четыре признака: «доход» (богатство), «уровень образования», «власть» и «престиж профессии». Во все времена люди хотели попасть по каналам мобильности в высшие страты общества. Т.е. люди стремились стать богаче, получить более высокий уровень образования и занять более влиятельную (властную) социальную позицию, а также заниматься престижной деятельностью. Иметь профессию, которая бы пользовалась уважением и доверием в глазах общества. С богатством, образованием, властью все более-менее ясно, можно различить нижние и высшие страты. А вот как быть с профессией? Рассмотрим, представителей каких профессий уважают в разных странах.

По результатам глобального исследования международной компании Synovate, респонденты по всему миру больше всего доверяют работникам в сфере здравоохранения и наибольшее уважение испытывают к работникам в сфере образования [<http://gtmarket.ru/news/corporate/2009/01/14/1895>]. Исследование проводилось в 2009 году и охватывало 5500 респондентов из 7 стран, включая: Бразилию, Канаду, Китай, Малайзию, США, Францию и ЮАР.

В целом 35% опрошенных уверены, что ученые и люди, так или иначе связанные с наукой и высокими технологиями, являются самыми интеллектуальными и эрудированными. Второе место по интеллекту занимают врачи (20%), а третье – люди, работающие в сфере образования (12%).

В этих странах люди больше всего доверяют:

- учителям – 87%,
- представителям медицинской сферы – 86%,
- ученым – 86%,
- домработницам – 84%.

Особый пиетет вызывают работники в сфере социального обеспечения и те, кто занимается спасением жизни и следят за общественным порядком (пожарные, полицейские, работники скорой помощи). Представителям подобных профессий доверяют:

- во Франции – 93%,
- в Канаде – 93%,
- в США – 91%.

Любопытно, но 14% жителей Малайзии восхищаются теми профессиями, которые помогают людям управлять собственными деньгами и сбережениями.

Не вызывают доверия профессии, которые связаны со СМИ и коммуникациями – 60%. К ним относятся: **журналисты, рекламисты, специалисты по связям с общественностью и специалисты, работающие в сфере маркетинга.**

- Особенно неприязненное отношение к **маркетологам** выявлено во Франции и США – 75% опрошенных им не доверяют.
- Сомнительную репутацию имеет **розничная торговля** (59%) и **индустрия развлечений** (54%).
- **Актерам и музыкантам** или другим людям, работающим в индустрии развлечений и шоу-бизнесе, не доверяют:
 - В США – 66%,
 - В Китае – 65%.

В Китае наблюдается парадоксальная ситуация с точки зрения представителей европейских культур: **22% респондентов не доверяют медицинским работникам, но при этом доверяют крупным корпорациям и их сотрудникам (68%)**. Для сравнения: в США им доверяет всего лишь 26% опрошенных.

В то же время корпоративная культура в Китае развивается огромными темпами. И корпорационные лидеры, такие как Lenovo или China Mobile, которые смогли выйти на мировую арену, пользуются заметным уважением у населения. А те, «кто смогли начать свой бизнес с нуля и добиться успеха, как, например, автомобилестроительная компания Chery, или портал Alibaba являются едва ли не национальными героями» – поясняет Дэррил Эндрюс, исполнительный директор Synovate в Китае. Жители Китая доверяют юристам и адвокатам больше, чем кто-либо другой в мире: две трети респондентов в этой стране заявили о том, что считают представителей адвокатского сословия достойными всяческого доверия. А вот меньше всего доверия к юристам испытывают жители США – 32%.

После знакомства с результатами международного исследования воронежским социологам показалось любопытным узнать у населения, какие профессии пользуются доверием в сегодняшней России. Социологический опрос, проведенный Институтом общественного мнения «Квалитас» в апреле 2013 года в городе Воронеже, дает возможность выявить отношение современного общества к представителям различных профессий. Всего было опрошено 658 человек методом телефонного интервью, выборка репрезентативна для населения г. Воронежа старше 18 лет по полу и возрасту. Респондентам были заданы вопросы, ответы на которые представлены в таблице №1.

Таблица 1 Насколько Вы доверяете представителям этих профессий?

	Не доверяю	Отношусь нейтрально	Доверяю
Ученый	8%	26%	66%
Учитель	8%	29%	63%
Военнослужащий	10%	29%	61%
Священнослужитель	18%	23%	59%
Врач	22%	40%	38%
Предприниматель	39%	37%	24%
Полицейский	45%	37%	18%
Работник государственной администрации	48%	32%	20%
Журналист	24%	32%	44%
Политик	55%	31%	14%

На сегодняшний день наибольшим доверием пользуется профессия ученого (**66%**). За ученым следует пятерка тех профессий, доверие к которым превалирует над недоверием: учитель (63/8), военный (61/10), священнослужитель (59/18), журналист (44/24), врач (38/22). Заметим, что журналистам люди сегодня доверяют больше, чем врачам. Это может свидетельствовать о том, что слабеет вера в медицину, с одной стороны, или о том, что коммерческая медицина, вставшая на рельсы рыночных отношений, не располагает к доверию. Доверием пользуется тот, чья работа не предполагает корысть. А значит, тот, кто сегодня по преимуществу беден.

Политик – это профессия, которая практически утратила доверие большинства населения. Вот те профессии, недоверие к которым преобладает над доверием: политик (55/14), работник государственной службы (48/20), полицейский (45/18), предприниматель (39/24).

По результатам опроса ВЦИОМ (опрос проведен в декабре 2012 года, опрошено 1600 жителей различных регионов России), перечень профессий, которым в наибольшей степени доверяют или не доверяют жители России, совпал с воронежским опросом.

- Наибольшее доверие россияне испытывают к ученым, учителям, военным, священнослужителям и медикам.
- Меньше всего доверяют политикам, чиновникам, полицейским и бизнесменам.

Иными словами, стратификация престижности профессий в российском обществе достаточно устойчива и первое место в ней занимает профессия ученого. Для выявления отдельных черт социального портрета российских ученых респондентам был предложен ряд альтернативных пар, характеризующих качества современных служителей науки (см. таблицу 2).

Таблица 2 «Как выглядит сегодняшний ученый в глазах общества? Какие характеристики ему свойственны в большей степени, с Вашей точки зрения?»

1	Бедный – 58%	ИЛИ	Богатый – 42%
2	Бескорыстный – 72%	ИЛИ	Корыстолюбивый – 28%
3	Политически нейтральный – 59%	ИЛИ	Вовлеченный в политику – 41%
4	Работает на благо страны – 66%	ИЛИ	Строит собственную карьеру – 34%
5	Независимый от власти – 43%	ИЛИ	Зависимый от власти – 57%
6	Авторитетный – 70%	ИЛИ	Униженный – 30%
7	Честный, правдивый – 80%	ИЛИ	Нечестный, ангажированный вне научными интересами – 20%
8	Бесстрашный, мужественный – 59%	ИЛИ	Молчащий из страха перед властью – 41%
9	Одет стильно, по моде – 52%	ИЛИ	Небрежен в выборе одежды – 48%
10	Открытый, общительный – 65%	ИЛИ	Замкнутый, неразговорчивый – 35%
11	Любящий славу и почести – 38%	ИЛИ	Скромный – 62%
12	Собранный, подтянутый – 63%	ИЛИ	Рассеянный в мыслях и манерах – 37%
13	Адекватный в поведении – 57%	ИЛИ	«Со странностями» – 43%

Портрет современного ученого: скорее бедный (58%), чем богатый (42%), но в любом случае – честный и правдивый (80%), авторитетный (70%) и бескорыстный (72%). Современный ученый в глазах общества – бесребренник, поэтому и небогат. Что больше всего его украшает, то это скромность (62%).

Хотелось бы обратить внимание на представление населения о профессии ученого – он предстает бедным и бескорыстным. Возможно, бедность – это сегодня условие престижности этой профессии. Доверие к врачам снизилось в атмосфере коммерческой медицины. Бедность – это фильтр, которые отсеивает чуждые науке элементы, которые по каналам социальной мобильности рвутся в высшие страты. Если бы они прорвались – науки бы просто не стало. Ведь по двум из четырех оснований стратификации – «богатство», «образование», «власть» и «престиж профессии» – ученые занимают в социальной иерархии высшую позицию. Это «образование» и «престиж профессии». И главная тема сетований современных ученых – притязания на две оставшиеся: «власть» и «богатство». Ученые жалуются, что власть «не прислушивается» к ним и недоумевают по поводу своей низкой зарплаты. По-человечески это понять можно. Обладатели любого вида капитала всегда стремились конвертировать его в другие сферы. «Власть» и «богатство», как свидетельствует история, легко перетекали друг в друга. Но «богатство» сегодня не конвертируется в «престиж профессии».

Профессия тех, кто имеет деньги, сегодня не является уважаемой в глазах российского общества (предпринимателям чаще не доверяют, чем доверяют – 39/24). Еще менее уважаемая профессия – политик (политикам не доверяют 55% населения). А социолог имеет отношение и к предпринимательству, и к политике. Социологи в глазах населения, это, прежде всего те, кто проводят опросы общественного мнения (68%). Достаточно редко социологи воспринимаются как те, которые преподают науку об обществе (19%), т.е. как преподаватели. Социолог вообще редко ассоциируется с наукой и ученым миром, поскольку, по мнению некоторых, социология, как таковая, не является наукой (6%).

По результатам исследований ИОМ «Квалитас», почти половина опрошенных (41%) не доверяют публикациям в СМИ результатов социологических опросов (доверяют – 54%). На вопрос: «Почему Вы не доверяете результатам социологических опросов?», – самый распространенный ответ: «Велика вероятность подтасовки результатов в угоду тем или иным силам» – 60%. Подозрения в ангажированности социологов (60%) вот первая и главная причина, которая провоцирует недоверие населения к результатам социологических опросов. Социолог – воспринимается не столько как ученый, сколько как предприниматель, а значит не бескорыстный, а заинтересованный в получении прибыли. Поэтому степень доверия общества к социологам сегодня не может быть высокой.

В.А. Шведовский, Т.Л. Шведовская
ИТОГИ МОДЕЛИРОВАНИЯ ЭВОЛЮЦИИ СРЕДНЕГО КЛАССА РОССИИ:
ПРОГНОЗ ДИНАМИКИ СТЕПЕНИ ДОВЕРИЯ К ВЛАСТНЫМ СТРУКТУРАМ

ШВЕДОВСКИЙ Вячеслав Анатольевич – доктор социологических наук, с.н.с. НИЛ «Математическое моделирование социальных процессов» МГУ им. М.В. Ломоносова. E-mail: tamosp@mail.ru

ШВЕДОВСКАЯ Татьяна Леонидовна – кандидат технических наук, доцент Московского государственного машиностроительного университета (МАМИ)

В своей публикации [1] М.К. Горшков заявляет о возможном 4–5-слойном представлении среднего класса (СК). В данной разработке мы попытались синтезировать такой подход из обычного 3-слойного (верхний слой – СК, средний слой – СК, нижний слой – СК) рассмотрения и 4-слойной схемы известной работы Т.И. Заславской и Н.В. Рывкиной [2]. Мы удалили самый крайний и непродуктивный слой в этой схеме, но зато расщепили верхний слой СК на 2 слоя: 1-й креативный слой – это прежде всего ИТ-специалисты, ученые, изобретатели; 2-й трансляционный слой – бизнесмены и менеджеры. При этом шкала отношения к труду, использованная в 4-слойной схеме, была дополнена умножением на такую логическую переменную, как «жизнь в России» (ЖР). Тем самым был внесен фактор доверия к российскому социальному порядку, по фактическому отрицанию которого и был сконструирован 5-й слой – «сидящих на чемоданах», характеризующий «утечку мозгов и квалифицированных рук». Эта 5-слойная схема вполне отвечает возможностям ее идентификации на основе идей о нормальном и избыточном социальном неравенстве А.Ю. Шевякова [3]. Тогда 10-я децильная группа отвечает слою V2, а 9-я и 8-я децильные группы отвечают слою V1. Слой V3 оценивается по эмигрантам с высшим образованием, а слоям V4 и V5 соответствуют ряд оставшихся децильных групп до границы бедности. В итоге:

- V1 – креативная, продуктивная часть среднего класса (ИТ-специалисты, ученые, изобретатели, предприниматели (малый и средний бизнес) – ЖР;
- V2 – продуктивная часть среднего класса (бизнесмены (малый и средний бизнес), менеджеры среднего и нижнего уровня – труд по трансляции-воплощению открытий и изобретений в производство и быт – ЖР;
- V3 – доминирующая установка «жить на Западе» – база внутренней эмиграции, «исхода из России» выпускников ее вузов;
- V4 – доминирующая установка «работаю, чтобы жить, чем стабильнее рабочее место, хотя и за невысокую зарплату, тем приемлнее работа» – прежде всего семейные женщины, не стремящиеся к карьере – ЖР;
- V5 – доминирующая установка «чем больше платят, тем больше работаю» – специалисты, наемные работники – ЖР.

Для описания динамики численностей V_i ($i = 1... 5$) взаимодействующих 5 слоев занятого населения построена система конечно-разностных уравнений. Кроме того, разработан 7-блочный алгоритм, позволяющий не только интегрировать данные эмпирических социологических исследований о проценте доверия разных слоев населения к властным структурам, но и, переходя от них, используя динамику численности в слоях, к абсолютным величинам доверяющих, а через них и к матрице переходных вероятностей в соответствующих Марковских цепях. Опираясь на гипотезу об амбивалентности личности слоев СК и учитывая эффект подражания, описываемый уравнением Н. Рашевского [4], получаем вероятностную функцию распределения этих личностей по степени доверия/недоверия этих 5 слоев, которую приближенно аппроксимируем соответствующей гистограммой – кумулятой, вычисленной по эмпирическим данным работы [3]. Она позволяет рассчитывать потерю устойчивости в модели Рашевского по расстоянию между значениями корней ее уравнения, характеризующих устойчивое и неустойчивое равновесие.

7-ми блочный алгоритм модели



20

Рисунок 1 – Алгоритм этапов построения прогноза динамики доверия среднего класса России к властным структурам

Первые три блока предназначены для извлечения из данных временных рядов информации о динамике численности слоев СК и о динамике процента доверяющих по выборочным измерениям, а затем вычисления абсолютных чисел доверяющих и недоверяющих по слоям.

В 4-м блоке на основе системы линейных уравнений (СЛАУ) рассчитываются матрицы балансов перетоков между слоями, которая с помощью процедуры нормировки в 5-м блоке обращается в матрицу переходных вероятностей, преобразуемую в итоге в стабилизированную матрицу цепи Маркова [6].

В 6-м блоке строится кумулята чисел доверяющих в слоях, которая аппроксимирует функцию распределения из модели подражания [5].

В 7-м блоке строится функция расстояний между корнями уравнения модели Рашевского.

Таким образом, первые шаги алгоритма связаны с представлением эмпирических данных в виде временных рядов (см. рис. 2).

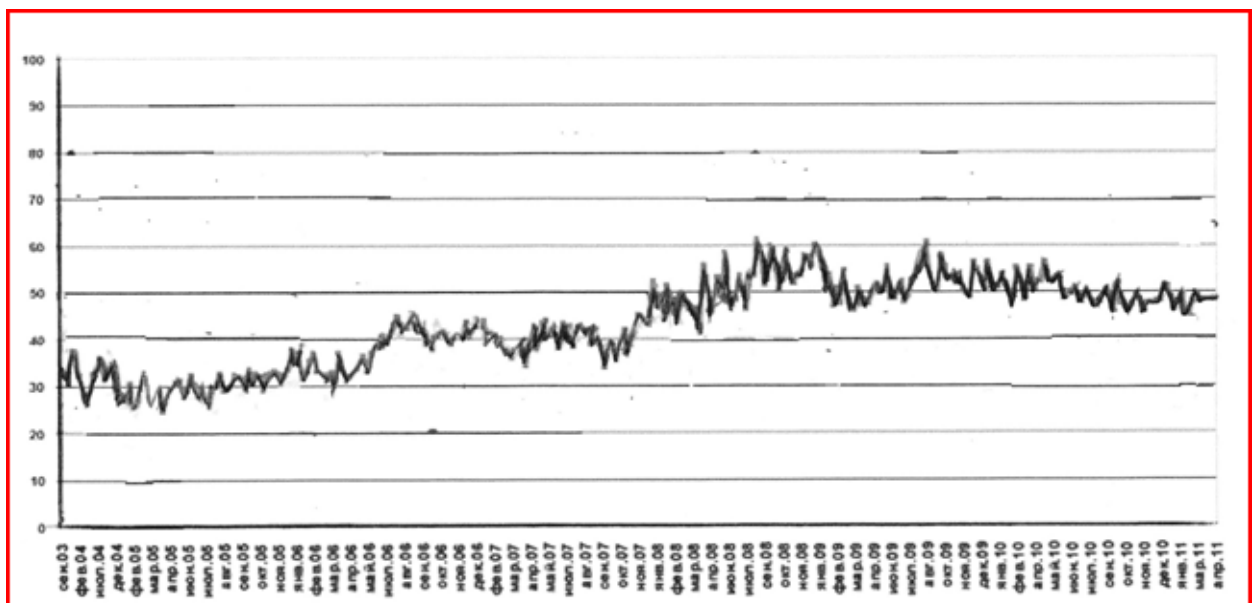
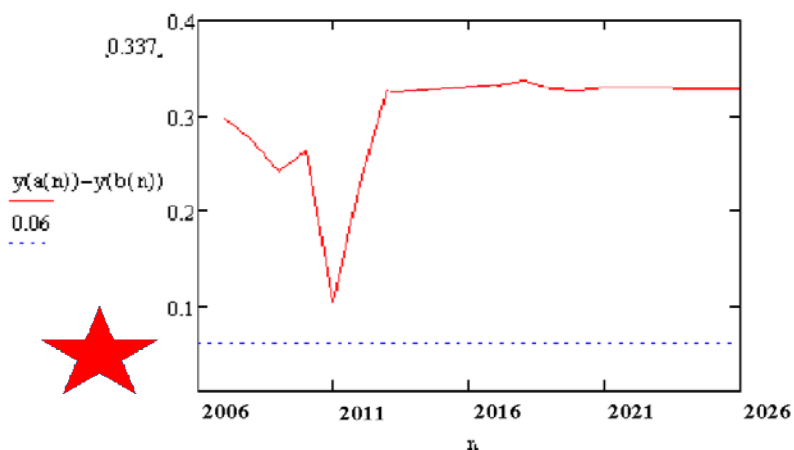


Рисунок 2 – Динамика показателя «Оценка степени доверия населения к правительству»

Важным моментом в построении инструмента прогнозирования степени угрозы социального взрыва стало определение стохастического порога потери устойчивости равновесного состояния. Для этого был использован усредненный размер «бахромы» колебаний около трендов кусочной монотонности представленных значений на рис. 2. На рис.3. этот порог отмечен пунктирной линией, параллельной оси абсцисс.

Динамика расстояний между устойчивым (правая точка) и неустойчивым (левая точка) равновесием модели подражания Н.Рашевского, определяемая распределением позиций по отношению к существующему режиму власти – pro и contra.



29

Рисунок 3 – Динамика расстояний между устойчивым и неустойчивым равновесием модели подражания Н. Рашевского, определяемая распределением позиций в социуме по отношению к существующему режиму власти – pro et contra

Выводы и заключение

Разработана методика построения прогноза динамики показателя степени доверия СК к властным структурам РФ в посткризисных условиях.

Построен прогноз до 2026 г. динамики показателя степени близости российского социума к социальному взрыву на основе динамики доверия СК к властным структурам РФ в условиях его эволюции после мирового кризиса 2008 г. и при отсутствии аналогичного по масштабам кризиса на последующем интервале времени до горизонта прогноза.

- Наибольшей амплитудой колебания протестной составляющей обладают слои СК на временном интервале (0,7 лет), считая от мирового финансового кризиса в 2008 г.
- В случае резкого банкротства, т.е. сокращения наполовину численности верхнего слоя СК, с неизбежностью происходит пересечение статистического порога – 0,06, отделяющего процесс эволюции от социального взрыва.
- Потеря устойчивости в модели подражания при оговоренных настройках происходит и при меньшем сокращении – на 20% – этого слоя.
- Колебания протестной составляющей, имеющейся у различных слоев СК, в перспективе 10–40 лет затухают.
- При заданных инвестициях в 20-летней перспективе наиболее продуктивные слои (ИТ-специалисты) среднего класса – V1 + V2 составят около 30%, что согласуется с прогнозом экспертов.
- Утечка мозгов из высокообразованной составляющей СК за рубеж на ближайшую перспективу стабилизируется на менее чем 12%-ном уровне.

Литература

- 1 Горшков М.К. Стенограмма выступления на семинаре «Проблемы социального неравенства в современных трансформационных процессах», посвященному обсуждению проекта «Социальное неравенство и публичная политика», Горбачев-фонд, 2005 г. <http://rudocs.exdat.com/docs/index-277314.html>.
- 2 Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни: очерки теории / Отв. ред. А.Г. Аганбегян. Новосибирск: Наука, 1991.
- 3 Горшков М.К., Шереги Ф.Э. Молодежь России: социологический портрет. – М.: ЦСПИМ, 2010.
- 4 Шевяков А.Ю., Кирута А.Я. Неравенство, экономический рост и демография: неисследованные взаимосвязи: Монография. – М.: М-Студио, 2009.
- 5 Рашевский Н. Две модели: подражательного поведения и распределения статуса // Математические методы в современной буржуазной социологии: Сб. статей / Под ред. Г.В. Осипова. М.: Прогресс. 1966. С. 175-197.
- 6 Шведовский В.А. Социальные прогнозы на топологических двойных цепях Маркова // Математическое моделирование социальных процессов. Вып. 14: Сб. статей / Под ред. А.П. Михайлова. – М., 2012, С. 165-192.
- 7 Шведовский В.А., Шведовская Т.Л. К концепции модели начальных фаз роста среднего класса и их роль в безопасности устойчивого развития России (социально-экологический подход) // Математическое моделирование социальных процессов. Выпуск 14: Сборник статей / Под ред. А.П. Михайлова. – М., 2012. С. 193–214.

Н.П. Щукина

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЕ ДОВЕРИЕ В КОНТЕКСТЕ ПУБЛИЧНЫХ СЛУШАНИЙ

ЩУКИНА Нина Петровна – зав. кафедрой социологии социальной сферы и демографии Самарского государственного университета. E-mail: nina_shukina@mail.ru

В реформируемом российском обществе возрастает потребность в формировании и развитии институционального доверия. Институциональное доверие на региональном уровне проявляется в доверии к государственным структурам, региональной власти и институтам гражданского общества [1, с. 9]. Подчеркнем, что в соответствии с Бюджетным кодексом РФ, Концепцией открытости федеральных органов исполнительной власти в оценке деятельности этих институтов все более активное участие принимают общественные эксперты.

В данном тексте сфокусировано внимание практиках взаимодействия общественных экспертов – публичных социологов – с главными распорядителями бюджетных средств (далее – ГРБС) региона модерниста, нередко выступающего в роли пилотной площадки по апробации новаций в социальной сфере. Подчеркнем, что в фокусе нашего внимания – взаимодействие на поле публичных слушаний (далее – ПС) по региональному бюджету, происходящее, согласно законодательству, дважды в год и посвященное оценке эффективности расходования бюджетных средств.

Цель данного текста – в обозначении факторов, препятствующих росту доверия гражданского общества к ГРБС – социальным министерствам. При этом фокус внимания смещен на ПС по бюджету данных министерств. Закрытые социологические опросы Федеральной службы охраны (далее – ФСО) показывают низкую степень поддержки населением деятельности исполнительной власти, что находит отражение в показателях удовлетворенности потребителей качеством государственных услуг. Данная тема – типична для взаимодействия вышеназванных акторов на поле ПС. Интерес к теме обусловлен как ролью показателя удовлетворенности в обеспечении качества услуг, так и задачей, поставленной в

официальных административных текстах об обеспечении в 2018 г. удовлетворенности потребителей качеством государственных услуг на уровне 90%. Отсюда, кстати, всплеск исследований разного уровня по данной теме [2].

Анализ реализуемых в регионе социальных программ и включенное наблюдение, осуществляемое нами за взаимодействием ГРБС и общественных экспертов на поле публичных слушаний 2010–2014 гг. позволяет отнести к факторам, препятствующим росту доверия гражданского общества к главным распорядителям бюджетных средств, следующие:

- неточности в использовании терминологии, как в названиях реализуемых программ, так и в их текстах;
- смещение внимания на ответственность вышестоящих органов за контент региональных социальных программ, разработка которых должна быть увязана с федеральными программами;
- возложение фактической ответственности за отслеживание динамики удовлетворенности потребителей качеством государственных услуг на ФСО;
- абстрагирование от анализа факторов, способствующих и препятствующих обеспечению и росту удовлетворенности потребителей качеством государственных услуг при оценке динамики этой удовлетворенности;
- объяснение отсутствия мониторинговых исследований по названной выше тематике нехваткой финансовых ресурсов (при этом некоторые ГРБС изыскивают возможность ежегодного мониторинга данной проблематики);
- фактическое манипулирование данными ФСО и другими материалами в случае необходимости.

Показательным в последнем случае примером является взаимодействие ГРБС и публичных социологов на третьем этапе ПС – совместном семинаре от 24.01.2014. На вопрос публичного социолога: *«Чем обусловлен рост – почти в 2 раза – удовлетворенности потребителей качеством медицинских услуг за несколько месяцев 2013 г.?»* последовал отсыл на постановления регионального правительства. Воспользуемся таблицей для описания анализируемой ситуации.

Удовлетворенность потребителями качеством медицинских услуг [3]

Постановления регионального Правительства:	Годы		
	2013	2014	2015
От 29.12.2012 № 8349	Не менее 33,5%	Не менее 34,8%	Не менее 35,1%
От 18. 06. 2013 № 264	60,0%	64,0%	68,0%

Словом, на общественных слушаниях по бюджету регионального министерства здравоохранения от 18.11.2013 на традиционный вопрос публичных социологов об уровне удовлетворенности потребителей качеством медицинских услуг назывались «около 30%». Этот показатель первоначально был учтен в территориальной программе государственных гарантий бесплатного оказания населению Самарской области медицинской помощи на 2013 г. и на плановый период 2014 и 2015 гг. Однако на совместном семинаре – консультации ГРБС и общественных экспертов названные выше данные

выросли практически в 2 раза, со ссылкой на официальный административный текст, без каких либо пояснений.

Резюмируя вышесказанное, подчеркнем, что в настоящее время не только получают распространение, но и становятся разнообразнее практики взаимодействия публичных социологов с ГРБС на поле региональной социальной политики. Целый ряд факторов, как внутренних, так и внешних, объективных и субъективных, способствует развитию доверия названных выше акторов [4]. Однако имеют место немало факторов, препятствующих данному процессу, подвергая сомнению возможность и реальность партнерства власти и гражданского общества на поле региональной социальной политики.

Литература

- 1 Шорина И.Н. Институциональное доверие как условие стабильности современного российского общества (региональный аспект): Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. Пенза, 2013. 11.06.2011; <http://tfolk.ru/?p=4667>.
- 2 См., например, Государственные и муниципальные услуги: методология, инструментарий и опыт оценки удовлетворенности граждан. Часть 1. – М.: Дело, 2012. – 186 с.
- 3 Таблица составлена по: Постановления Правительства Самарской области от 29.12.2012 №834 и от 18.06.2013 №264. Приложение; http://www.samregion.ru/documents/government_resolution/29.12.2012/skip/1/46428/; Постановление Правительства Самарской области; <http://minzdrav.samregion.ru/documents/postanovleniya-resheniya-polozheniya/34976>.
- 4 Щукина Н.П., Никитина Б.А. Анализ сложившихся практик диалога министерств с гражданским обществом//Уровень жизни населения регионов России. 2013. № 2.

О.И. Власова

БУДУЩЕЕ ТРУДА: ВЗГЛЯД МОЛОДОГО ПОКОЛЕНИЯ

ВЛАСОВА

Ольга Ивановна – старший преподаватель кафедры социологии РГППУ. E-mail: vlasovaolga@list.ru

В структуре современного молодого поколения сегодня могут быть выделены поколенческие группы, которые уже не ориентированы на трудовую деятельность в традиционном варианте.

По данным онлайн фокус-групп, проведенных в 2013 году с молодежью от 16 до 35 лет г. Екатеринбурга, формируются поколенческие группы, различающиеся общей ориентацией на характер трудовой деятельности. Анализ данных исследования показывает, что суждения молодых людей о характеристиках «хорошей работы» можно разделить на три группы. Первый тип – рекреационный. Работа должна быть стабильной, устойчивой, хорошо оплачиваемой – для того, чтобы в дальнейшем хорошо отдыхать. Показательно, что «рекреационный тип» молодежи практически не ориентирован на карьерные установки, т.е. работа должна быть устойчивой для отдыха. *«Работа не ради работы, а для жизни. Работать и деньги зарабатывать хочется не чтобы стать супер богатым как Березовский был, а чтобы отдыхать потом нормально, чтобы на детей время оставалось».*

Другой важной характеристикой современного труда является социальная среда самого работника. Данный тип может быть охарактеризован как коммуникативный. Поколенческая группа данного типа характеризуется более старшим возрастом, это люди, которые имеют определенный опыт работы и более осмысленно определяют характеристики оптимальной работы, к которым относятся социально-психологический климат коллектива, хороший кабинет, приятельские отношения с коллегами. *«Приятно, когда тебя окружают нормальные люди. Мне кажется, что если есть о чем поговорить на работе это хорошо, и по работе тоже».*

Третий тип – приверженцы традиционной работы. В основном, данный тип высказываний принадлежит средней поколенческой группе от 25 до 29 лет. Работа для представителей данного типа является условием существования в повседневном мире, при этом карьерные ценности не являются для них доминирующими. Описание работы «традиционалистами» закручивается вокруг двух осей, которые, по мнению молодежи, особенно свойственны представителям предыдущих поколений: трудолюбия и дисциплинированности. Повествование о трудолюбии во многом сопряжено с внешней необходимостью работать, с влиянием ближайшего окружения, в т.ч. представителей более старших поколенческих групп. Описание дисциплинированности проявляется посредством наличия внешней организации труда, пропускной системой, фиксированным рабочим временем, наличием четкой системы санкций и поощрений. *«Раньше работали больше. Вначале на работе работали, а потом еще дома занимались своим хозяйством. Труда как-то больше было. – Работа – это работа. Ну, а труд – это тоже труд. Ну, вот, бабушки и дедушки работали больше. Сейчас есть и такие кто на 3-х работах, чтобы заработать...».*

Таким образом, трудовая деятельность аккумулирует в себе широкий круг социальных взаимодействий, связанных не только с профессиональной деятельностью. Выключение определенных поколенческих групп молодежи из активной трудовой деятельности незамедлительно повлечет за собой разрушение и других социальных связей, не связанных с реализацией непосредственных профессиональных функций.

Также, результаты нашего исследования зафиксировали наличие поколенческих групп молодежи, которые при определенных условиях потенциально бы не работали. Учитывая общие глобализационные тенденции, связанные с общей трансформацией трудовой деятельности, особенностями жизненного пути молодежи, невостребованностью высшего образования в его полном потенциале, подобная ситуация вызывает значимые социальные опасения.

Анализ высказываний участников фокус-групп позволяет представить качественные поведенческие модели молодежи в ситуациях, связанных с отказом от трудовой деятельности. В рамках фокус-групп участникам был задан вопрос: *Допускаете ли Вы для себя возможность не работать? При каких обстоятельствах Вы бы не работали?* Суждения респондентов относительно возможного отказа от работы концентрируются вокруг диады понятий «работа и досуг». По мнению молодежи, потенциальная возможность не работать в традиционном варианте может быть реализована только при соблюдении важного условия – финансовой самодостаточности. Представим качественные модели поведения молодого поколения, связанные с отказом от работы.

Первая модель поведения предполагает, что при наступлении ситуаций, в рамках которых работать не обязательно, молодежь не откажется от трудовой деятельности вообще, а будет заниматься хобби, которое не сильно отличается от работы, и скорее всего, приносит доход. «Если бы у меня было много денег, не конкретная сумма, я бы тоже занимался своим хобби, но мое хобби и сейчас не сильно отличается от моей работы»

Показательно, что в основном готовы отказаться от работы в пользу досуга молодые люди с высшим образованием, представители технической интеллигенции. Стоит предположить, что для данной поколенческой группы хобби и может стать работой, только в нетрадиционном понимании. Смещение понятий «работа-досуг», с одной стороны, и изменения представлений о традиционном труде – с другой, представляют новые аспекты современного труда поколенческих групп молодежи.

Вторая модель поведения связана с отказом от работы по найму, т.е. в сознании молодого поколения «работа на себя» также ассоциируется с отказом от труда в его традиционном значении. Однако на пути к занятиям бизнесом и предпринимательской деятельностью также возникают барьеры, связанные с необходимостью вложения средств личного капитала. *«Я никогда не смогла бы не работать вообще, были бы деньги я бы их вложила в свое дело».*

Таким образом, в качестве причин, легализующих, по мнению молодежи, возможность не работать, или работать в нетрадиционном варианте, можно выделить две: 1. Замещение (сочетание) работы и досуга; 2. Работа, но на себя.

Проведение фокус-групп в режиме онлайн именно с представителями молодого поколения, с нашей точки зрения, является новым релевантным исследовательским поворотом в изучении поколенческой проблематики.

М.В. Григорьева
АДАПТАЦИЯ СТУДЕНТОВ К УСЛОВИЯМ ОБУЧЕНИЯ В ВУЗЕ:
ВОПРОСЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИЗМЕРЕНИЯ

ГРИГОРЬЕВА Мария Валерьевна – канд. социол. наук, доц. кафедры социологии Ивановского государственного энергетического университета. E-mail: mvgsoc@mail.ru

Задача современной высшей школы состоит не только в профессиональном образовании студентов, но и в создании условий для их успешной и быстрой адаптации к новым (по сравнению со школьными) условиям обучения. Слабая адаптированность студентов к условиям и требованиям обучения в вузе негативно сказывается на разных этапах и стадиях их профессиональной социализации. Она ведет к девальвации первичных ожиданий от учебы, ослаблению интереса к ней и к получаемой специальности, нарушению учебной, а позднее и трудовой мотивации, снижению успеваемости, возникновению психологического дискомфорта и ухудшению общего социального самочувствия студентов [4; 7; 8].

Социальное самочувствие и социальная адаптация взаимосвязаны [2; 4]. Студенты, успешно адаптировавшиеся в вузовской среде, чувствуют себя в вузе уверенно и комфортно, в то время как неадаптированные и слабо адаптированные – имеют много неудовлетворенных потребностей и, соответственно, низкие показатели социального самочувствия.

Социальное самочувствие и социальная адаптация – это сложные, многомерные явления. Поэтому для их измерения неправомерно применять стандартные опросные методики и процедуры, основанные на одном-двух прямых вопросах. Для решения этой задачи следует использовать многомерную шкалу тестового типа, включающую множество субшкал, сведенных в два основных блока вопросов и оцениваемых отдельно по критериям важности и удовлетворенности. Шкалы включают градации от «1» до «7», где «1» означает полную неудовлетворенность/неважность по данному индикатору, а «7» – полную удовлетворенность/важность.

Входящие в тест вопросы-суждения (частные индикаторы) фиксируют различные условия вузовской среды (учебные, коммуникативные, материально-бытовые, досуговые).

Оценка уровня субъективного самочувствия определяется разностью между уровнем притязаний индивида и степенью их реализации (удовлетворения). Данный подход основан на ставшей уже классической методике измерения социальной напряженности, предложенной еще в 90-х годах XX в. А.А. Давыдовым и Е.В. Давыдовой [3].

Если уровень притязаний превышает уровень удовлетворенности условиями среды, то возникает плохое, неблагоприятное, отрицательное, дискомфортное самочувствие. И наоборот, превышение уровня удовлетворенности над уровнем притязаний ведет к возникновению хорошего, благоприятного, положительного, комфортного самочувствия. В случае равенства притязаний и удовлетворенности самочувствие определяется как нейтральное (среднее) [3; 7].

Таким образом, индекс социального самочувствия индивидов определялся как разность между средними оценками важности и удовлетворенности, полученными от данного респондента по всем вопросам-условиям.

$$\text{ИССИ} = \frac{\sum_{i=1}^K y_i}{K} - \frac{\sum_{j=1}^M v_j}{M}, \quad (1)$$

где ИССИ – индекс социального самочувствия индивида;

y_i – оценка удовлетворенности по одному индикатору;

v_j – оценка важности по одному индикатору;

K – общее количество индикаторов удовлетворенности;

M – общее количество индикаторов важности;

$K=M$.

Интегральный индекс социального самочувствия для всех опрошенных первокурсников (ИИССП) в целом представляет собой среднее арифметическое значение индивидуальных индексов. Он рассчитывался по формуле:

$$\text{ИИССП} = \frac{\sum_{j=1}^N \text{ИССИ}}{N}, \quad (2)$$

где ИССИ – индексы социального самочувствия индивидов;

N – общее число опрошенных.

Итак, в соответствии с принятой нами теоретической моделью социального самочувствия можно выделить три его типа: положительное, нейтральное и отрицательное, которые соответствуют соотношению уровней важности и удовлетворенности. В результате мы получили шкалу, позволяющую

разместить на ней различные объекты в зависимости от уровня их адаптации или социального самочувствия (рис. 1).

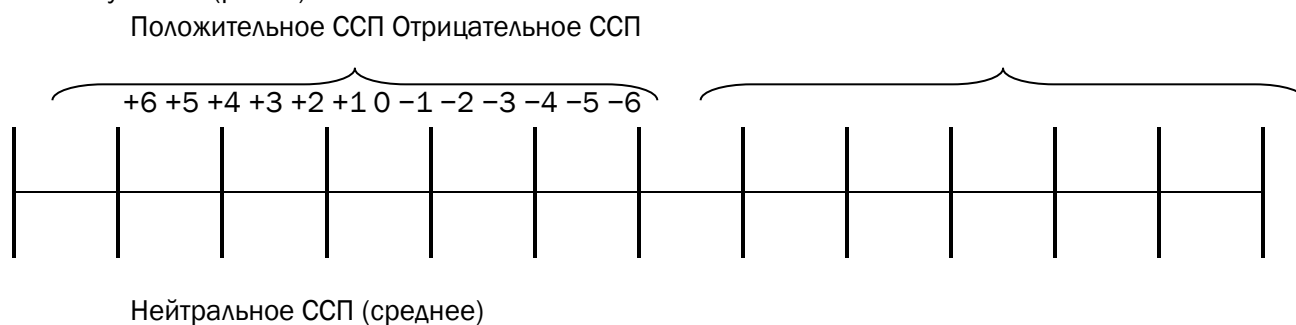


Рисунок 1 – Итоговая шкала для оценки социального самочувствия

Данная тестовая методика в силу того, что она основана на количественных шкалах, обладает широкими аналитическими и, как следствие, интерпретативными возможностями. Ее применение позволяет провести межгрупповой сравнительный анализ в зависимости от уровня адаптированности объектов, оценить вклад различных индикаторов в общий индекс социального самочувствия и в зависимости от этого работать с конкретными показателями, тем или иным образом влияющими на уровень социального самочувствия, строить аналитические модели (на основе применения процедур регрессионного и дисперсионного анализа) и т.д.

Вместе с тем, классическая интерпретация получаемых индексов, предложенная Давыдовыми, вызывает некоторые сомнения, по крайней мере, в приложении к нашему объекту измерения – студентам. За три года наших измерений (2008, 2010, 2011 гг.) индекс СС студентов-первокурсников варьировал слабо и неизменно находился в рамках первой градации отрицательной части измерительной шкалы (-1,01; -0,53; -0,64 соответственно), несмотря на усилия, приложенные администрацией вуза для улучшения этих показателей. В связи с этим возникает вопрос: данные индексы свидетельствуют о низком уровне адаптированности студентов или же это все-таки вариант нормы? Ведь уровень притязаний индивида часто выше уровня удовлетворенности реальностью. И в ответ на удовлетворенные потребности актуализируются новые потребности, более высокого уровня (по А. Маслоу) [6]. Кроме того, с точки зрения сторонников ресурсного подхода к анализу установок «поведение субъекта всегда детерминировано стремлением сохранить или увеличить свои материальные и морально-психологические ресурсы» [5, с. 13].

Таким образом, возможности применения данной тестовой методики для измерения уровня адаптированности требуют дальнейшей аналитической оценки и апробации для уточнения этого немаловажного вопроса.

Литература

- 1 Боронина Л.Н. Адаптация первокурсников: Проблемы и тенденции / Л.Н. Боронина и др. // Университетское управление: Практика и анализ. 2001. №4 (19). С. 65–69.
- 2 Головаха Е.И. Измерение социального самочувствия: Тест ИИСС / Е.И. Головаха, Н.В. Панина, А.П. Горбачик // Социология: 4 М. 1998. №10. С. 45–72.
- 3 Давыдов А.А., Давыдова Е.В. Измерение социальной напряженности. М.: ИС РАН, 1992.
- 4 Давыдова Е.В. Измерение социального самочувствия молодежи / Е.В. Давыдова. М.: ИС РАН, 1992.
- 5 Ильясов Ф.Н. Методология ресурсного подхода к анализу трудовых мотивов и установок // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2013. №5 (117). С. 13-25.
- 6 Маслоу А.Г. Мотивация и личность / пер. с англ. 3-е изд. СПб.: Питер., 2003.

- 7 Мягков А.Ю. Социальное самочувствие студентов-первокурсников и проблемы их адаптации к условиям вузовского обучения / А.Ю. Мягков, М.В. Григорьева, А.Н. Алексеичева, М.А. Потемкин // Социально-экономические и гуманитарные проблемы развития России: Межвуз. сб. науч. тр. Вып. 3; Иван. гос. энерг. ун-т. Иваново, 2009. С. 146–155.
- 8 8.Уланов В.В. Как самочувствие, студент? / В.В. Уланов // Высшее образование сегодня. 2006. №9. С. 39–42.

Т.В. Дуран
СОДЕРЖАНИЕ ТЕКУЩЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ

ДУРАН Татьяна Валентиновна – кандидат социологических наук, доцент кафедры теории и истории социологии Уральского федерального университета, докторант факультета политологии университета г.Льеж (Бельгия). E-mail: tanyakostina2006@hotmail.com

Текущая образовательная политика – часть социальной политики, включающая в себя различного рода цели со средствами их достижения, а также нормы, ценности, оценки. Текущую образовательную политику следует отличать от стратегии государства в сфере образования, которая представляет собой модель развития образования на определенную перспективу. Текущую образовательную политику можно определить как управление функционированием сферы образования.

Целевые элементы политики связаны, прежде всего, с содержанием образования. Они являются сложными проектами и существуют в виде образовательных программ. Образовательная программа представляет собой единство целей и средств их достижения.

Помимо целевой составляющей учебного процесса важное значение имеют ресурсы, благодаря которым обеспечивается реализация целей. В связи с этим такие виды ресурсов как кадровые, материально-технические, учебно-методические и информационные, финансовые, неизбежно регламентируются государственной политикой. Регламентация каждого вида ресурсов, кроме финансовых, осуществляется в качественном и количественном вариантах. Качественный вариант выражается в формулировании набора необходимых свойств, которыми должен обладать ресурс, количественный – объеме ресурсов и величине их свойств.

Для примера рассмотрим кадровый состав учреждений высшего образования как один из наиболее важных ресурсов образования. Формирование компетентностной парадигмы требует изменения функций преподавателей. В рамках современной парадигмы передача знаний, которая была главной в условиях индустриального общества, становится лишь одной из функций. У преподавателей появляются новые функции: исследователя, консультанта, руководителя проектов, воспитателя и другие, которые требуют уровневой дифференциации. Что касается набора выделяемых новых функций и их количества, то они не получили к настоящему времени окончательного оформления.

Так, по мнению Н.В. Бордовской, функциями современного педагога являются: консультант, модератор, фасилитатор и тьютор. Как педагог преподаватель консультирует (в реальном или дистанционном режиме); оказывает помощь в решении проблем; принимает непосредственное участие в их решении. Как модератор, педагог раскрывает потенциальные возможности и способности учащегося; помогает организовать процесс коммуникации, подводит студента к принятию решения за счет внутренних возможностей. Как фасилитатор, педагог активизирует самостоятельность и ответственность обучаемых, стимулирует познавательную активность. Как педагог-тьютор он помогает получить максимальную отдачу от учебы, осуществляет обратную связь в процессе обучения и т.д. [СМ. 1, с. 238–239].

Определение новых функций преподавателей вузов и в связи с этим формулирование требований к ним – одна из задач образовательной политики. Если попытаться сформулировать суть этих изменений на языке теории управления, то она будет заключаться в следующем. Преподаватель

высшего учебного заведения из руководителя учебного процесса превращается в специалиста, а студент – из управляемого субъекта в самоуправляемого субъекта, на место вертикальных отношений между ними приходят горизонтальные, т.е. отношения сотрудничества, а не подчинения.

Не менее важной становится и задача оптимизации норм в отношении педагогических ресурсов: продолжительности рабочего времени преподавателя, его структуры, соотношения числа преподавателей и студентов. Если необходимость этих показателей несомненна, то их обоснованность далеко не очевидна. Ряд российских авторов отмечают, что и в российской образовательной практике, и в ее теоретическом осмыслении вопросы рациональности нормирования труда преподавателей высшего образования в целом еще не стали предметом всеобщего обсуждения [2].

При этом очевидно, что изменение содержания образования и его функций требует и пересмотра норм в этой сфере, поскольку до сих пор в сфере образования сохраняются нормы и стандарты советского периода, связанные с индустриальной фазой развития общества.

Важными элементами текущей образовательной политики являются нормы и показатели, которые в своей совокупности образуют то, что называется образовательным правом. Образовательные нормы весьма многообразны, историчны и имеют специфику в каждой стране. Образовательные нормы, как и все другие, имеют качественную и количественную составляющую. Качественная составляющая норм – это права и обязанности, количественная – это показатели масштабов прав и обязанностей. Качественная составляющая по своему статусу может быть международной и национальной. В настоящее время насчитывается несколько сотен источников международного права, принятых непосредственно по вопросам образования. Это документы, принятые Генеральной Ассамблеей Организации Объединенных Наций (ООН) и ее специализированными учреждениями – Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) и Международной организацией труда (МОТ), региональными международными организациями – Советом Европы и Содружеством Независимых Государств, а также двусторонние соглашения Российской Федерации с другими государствами.

Ведущее место среди них занимает, безусловно, Всеобщая декларация прав человека. Согласно ст. 26 Декларации, образование призвано способствовать полному развитию человеческой личности; воспитывать у обучающихся глубокое уважение к правам человека и основным свободам; содействовать взаимопониманию, терпимости и дружбе между всеми народами, расовыми и религиозными группами; содействовать деятельности Организации Объединенных Наций по поддержанию мира.

Реализация права на образование невозможна без осуществления целого ряда других прав, например: свободы мысли и слова, права свободно искать, получать, передавать, производить и распространять информацию любым законным способом, права свободно выбирать род деятельности и профессию, права свободно выбирать религиозные и иные убеждения и действовать в соответствии с ними, права на объединение. Реализация этих прав создает реальные гарантии для формирования качества образования, соответствующего современным требованиям. Комплекс этих прав, как правило, фиксируется в конституциях государств.

Право на образование конкретизируется системой законов в каждой национальной системе образования. Образовательное законодательство, взятое в целом, регулирует следующие основные виды отношений: 1) отношения между обучающим и обучающимися (преподавателем и студентом); 2) отношения между образовательными учреждениями и обучающимися; 3) отношения, складывающиеся между органами управления образованием и образовательными учреждениями; 4) отношения между образовательными учреждениями и экспертными сообществами, 5) отношения, складывающиеся в процессе осуществления индивидуальной педагогической деятельности. При этом могут возникать противоречия, «пробелы» как в сфере самих норм, так и образовательной политики.

В Докладе Международной комиссии по образованию для XXI в. Образование: сокровище отмечалось: основными, практически единодушно признаваемыми противоречиями в самой системе образования являются противоречия между:

- глобальными или локальными системами образования, разрешение которых позволяет постепенно стать гражданином мира, но без утраты собственных корней и активно участвовать в жизни своего народа;
- Универсальным и индивидуальным характером современного образования;
- сложившимися традициями образования и его современными тенденциями [3].

Разрешение этих противоречий имеет особую значимость для стран с переходной экономикой, к числу которых в настоящее время относится и Россия. Такие условия предполагают, как правило, реформирование не только социально-экономического устройства, но и создание качественно новой системы образования. Изменение традиций образовательного процесса, что типично для переходных социальных систем, требует от государства совершенно новой образовательной политики.

Литература

- 1 Бордовская Н.В. Гуманитарные технологии в вузовской образовательной практике: теория и методология проектирования: учеб. пособие. СПб.: ООО «Книжный Дом», 2007. 408 с.
- 2 Нормирование труда в вузах: анализ норм труда профессорско-преподавательского состава // Кадровик. Трудовое право для кадровика», 2012, № 7. <http://hr-portal.ru/article/normirovanie-truda-v-vuzah-analiz-norm-truda-professorsko-prepodavatelskogo-sostava>
- 3 Le rapport à l'UNESCO de la Commission internationale sur l'éducation pour vingt et unième siècle: «L'éducation: un trésor est caché dedans». http://www.unesco.org/delors/delors_f.pdf.

Г.Т.Журавлев

СТУДЕНТЫ В МИРЕ КОМПЬЮТЕРОВ

ЖУРАВЛЕВ Геннадий Терентьевич – доктор философских наук, профессор кафедры «Менеджмент организации» РАП. E-mail:rante2014@mail.ru.

Российское общество постепенно включается в глобальное информационное общество. Информация стала важным ресурсом экономической деятельности, занимает важное место в общественной и личной жизни индивидов.

В последнее время информационно-коммуникационные технологии находят повседневное применение как в работе фирм, так и в жизни домохозяйств. По данным Росстата в 2011 г. 94,1% организаций использовали информационные и коммуникационные технологии. В 2012 г. 61,1% домохозяйств имели персональные компьютеры. В то же время, имеется неравенство в использовании компьютеров, так, среди домохозяйств, проживающих в городской местности, 64,8% имеют компьютеры, а среди проживающих в сельской местности – только 49,6%.

Нами был проведен анкетный опрос студентов с целью выявления наличия у них компьютеров, ноут- и нетбуков, планшетов и смартфонов. Были опрошены будущие социологи, экономисты и специалисты в области государственного и муниципального управления. Студенты – специалисты будут в скором будущем определять образ жизни и мышления нашего российского общества. Участвуя в подготовке студентов, мы участвуем в форсайт-проекте, готовим будущее. Насколько они готовы к роли лидеров? Как они включаются в информационные процессы? Как воспринимают информационно-коммуникационные технологии?

Исследование показало, что опрошенные нами студенты очень хорошо обеспечены электронными средствами информации. Так, 60% имеют дома настольные компьютеры, 72% – ноутбуки

и нетбуки, 60% – планшеты (в т.ч. iPad), 4% не дали ответ. 72% имеют мобильные телефоны, а 65% – смартфоны, 62% – MP-3 плееры.

Средняя арифметическая наличия у студентов этих средств равна 2,5. Иначе говоря, у некоторых студентов 3-4 электронных средств информации, у других – 1-2; но в выборке не оказалось ни одного студента, который не имел бы компьютера.

Таблица 1 Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие средства информации имеются у Вас, в Вашей семье?»,%

Средства информации	%
Газеты	9
Журналы	13
Книги	89
Мобильный телефон	72
Настольный компьютер	60
Ноутбук, нетбук	72
Планшет	60
Смартфон	65
MP-3 – плеер	62
Телевизор	86
Радиоприемник	34
Музыкальный центр	39

Как видно, респонденты весьма хорошо обеспечены электронными средствами, на уровне «мировых стандартов». Несмотря на это, 8% купили в течение года настольные компьютеры, 31% – ноутбуки (нетбуки), 43% – планшеты.

Покупка и обладание электронными средствами информации не ведет к увеличению времени потребления учебной информации, но они положительно влияют на чтение книг, студенты чаще читают и покупают книги. Наличие дома настольных компьютеров ведет к увеличению времени общения в социальных сетях, коэффициент Спирмена равен +0,135.

Таблица 2 Распределение ответов респондентов на вопрос: «Какие средства информации Вы, Ваша семья купили в последний год»,%

Средства информации (купили)	%
Настольный компьютер	8
Ноутбук, нетбук	31
Планшет (iPad)	43
Книги	76
Журналы (выписали)	12
Газеты (выписали)	2

Численное значение, конечно, не велико, но, на наш взгляд, взаимозависимость есть. Установлена положительная и немного более плотная связь между потреблением информации через телевизионные передачи, мобильные телефоны и смартфоны – коэффициент корреляции равен +0,392.

Представляют интерес ответы респондентов о доверии к этим источникам информации. Так, информации, полученной из Интернета, «Полностью» доверяют только 18%; «Доверяют не всегда» 58%; «Чаще не доверяют» 20%; а 4% сказали, что «Не пользуются этим источником».

Информации, полученной во время общения в социальных сетях, «Полностью» доверяют только 15%; «Доверяют не всегда» 49%; «Чаще не доверяют» 34%.

Больше всего респонденты доверяют информации, полученной дома, в семье – 75%; «Доверяют не всегда этой информации» 15%; и только лишь 8% сказали, что они чаще не доверяют информации, полученной в семье.

Литература

- 1 Россия в цифрах. 2013: Крат.стат.сб./Росстат- М.,2013. – 573 с.

Т.В.Игнатова

ПОЛИТИЧЕСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ (НА ПРИМЕРЕ ОРЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

ИГНАТОВА Татьяна Васильевна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии и психологии управления Орловский филиал РАНХиГС. E-mail:tign57@mail.ru

Повышенное внимание к молодежи объясняется ее ролью в общественном воспроизводстве. Молодежь всегда была и остается наиболее активной и динамичной социально-демографической группой, реализующей себя во всех сферах жизнедеятельности общества: политической, социальной, культурной, экономической. В настоящее время молодежь составляет 31 558 тыс. чел. населения российского социума (или 22% от численности населения России) [1].

Взаимодействие власти и молодежи как особой социальной группы в России исторически носило односторонний характер: власть выступала организующим и контролирующим началом деятельности молодежи, а молодежь – ресурсом власти, объектом ее воздействия для достижения определенных политических целей.

Роль молодежи в политике и отношение государства к данной социальной группе, соответственно, начали меняться лишь на рубеже 1999-2000 годов, после «цветных революций» в Грузии, Украине, Киргизии, приведших к смене политического руководства в этих странах, где молодые люди выступили реальной движущей силой.

К началу 2000-х годов изменилась и сама российская молодежь – сформировалось поколение 17-18-летних россиян, родившихся не при советской системе. Эта молодежь не имеет сформировавшейся системы политических ценностей, поскольку ее социализация прошла в период смены одной системы – социалистических ценностей – другой системой – либерально-демократических идеалов. Следовательно, представители данного нового поколения молодых россиян находятся в поиске своего места в системе, в поиске приложения своих сил и энергии.

Проблема политической активности российской молодежи является предметом исследования отечественной науки примерно с середины 90-х годов XX века, охватывая широкий круг вопросов. Среди которых: обобщение и критический анализ советской практики, описание и оценка западного опыта молодежного участия, изучение молодежной политики современных российских властей, выяснение политических интересов и приоритетов различных групп российской молодежи.

Политическую активность молодежи можно рассматривать с нескольких позиций: интерес к политике, декларируемая политическая активность и политическое участие, протестная активность.

По данным социологического опроса городской молодежи Орловской области¹, проведенным кафедрой социологии и психологии управления Орловского филиала РАНХ и ГС, большинство респондентов оценивают свое сегодняшнее материальное положение как среднее, как хорошее только

¹ В опросе принимала участие молодежь г.Орла, г.Мценска и г.Ливны, выборочная совокупность составила 421 респондент. Выборка квотно-гнездовая, ошибка выборки не более 5%. Опрос проводился в ноябре 2011 г.

в г.Ливны 33,7%, в двух других городах немного более 12% и лишь 2,2% и 0,7% как очень хорошее соответственно в городах Ливны и Орел. Молодых мчян с таким критерием материального положения не оказалось. (см. данные таблицы 1)

Таблица 1 Распределение ответов на вопрос: «Как Вы оценили бы свое сегодняшнее материальное положение?», в% от опрошенных

Варианты ответов	Города Орловской области		
	Мценск	Ливны	Орел
Очень хорошее	-	2,2	0,7
Хорошее	14,3	33,7	11,9
Среднее	58,2	50,0	38,6
Плохое	20,4	9,8	46,0
Очень плохое	6,1	-	1,8
Затрудняюсь ответить	1,0	4,3	1,1

Кроме того, большинство молодежи проживающей в городах Орловской области считает, что социально-экономическая ситуация в области за последний год осталась без изменений. Однако следует отметить, что в г.Ливны каждый четвертый молодой человек отмечает в социально-экономической ситуации изменения в лучшую сторону. В г.Мценске больше всего доля тех молодых людей, которые отметили изменения в худшую сторону в социально-экономической ситуации в области.

Как известно, большинство исследователей отмечают, что российская молодежь аполитична. Данные опроса проведенного накануне выборов в Государственную Думу и Областной Совет народных депутатов Орловской области показывают, что большинство городской части молодежи области выражали желание участвовать в выборах 4 декабря 2011 г. (от 60,0% в г. Мценске до 71,5% в Орле).

Каковы же политические предпочтения городской молодежи Орловской области? Об этом нам свидетельствуют следующие данные таблицы 2.

Таблица 2 Распределение ответов на вопрос: «За какую из следующих партий Вы, скорее всего, проголосовали бы на выборах, если бы они состоялись в ближайшее воскресенье?», в% от опрошенных

Варианты ответов	Города Орловской области		
	Мценск	Ливны	Орел
Единая Россия	45,0	59,1	36,5
КПРФ	12,0	10,8	11,8
Справедливая Россия	12,0	2,2	5,6
ЛДПР	4,0	9,7	9,4
Правое дело	4,0	1,1	2,1
Патриоты России	-	-	0,3
Яблоко	1,0	-	0,3
Самовыдвижение	-	-	1,7
Другое	-	-	-
Не пойду на выборы	10,0	6,5	9,7
Затрудняюсь ответить	8,0	4,3	13,5
Не скажу	4,0	6,5	9,0

Полученные данные позволяют сделать вывод, что городская часть молодежной среды орловщины проявляет политический плюрализм, хотя большинство респондентов выразили поддержку лидирующей политической партии в стране – Единой России.

В тоже время молодые орловчане, живущие в городах, ни при каких условиях не проголосовали за представителя следующих партий: 12,3% не готовы поддержать КПРФ, 10,8% – ЛДПР, 7,5% – Яблоко.

Высокий уровень поддержки «Единой России» обусловлен, прежде всего, тем, что значительную часть молодежи в целом устраивает то, как идут дела в стране. В первую очередь это относится к той части молодежи, которая полностью удовлетворена своей жизнью и материальным положением. В то время как среди тех молодых людей, которые не удовлетворены свои материальным положением и своей жизнью, голосовать на выборах не собирается каждый четвертый.

В ходе опроса молодым людям предлагалось оценить деятельность политиков. В целом большинство опрошенной молодежи оценивает положительно деятельность Медведева Д.А. и Путина В.В. Несколько меньше положительных оценок о деятельности Губернатора Орловской области Козлова А.П. Еще меньше положительных оценок о деятельности меров городов, в которых проживает опрошенное молодое поколение. Анализ данных показал, что только деятельность мэра г.Ливны молодые ливенцы больше оценивают положительно, чем отрицательно. В оценках деятельности мэров городов Мценск и Орел у опрошенной молодежи преобладают неудовлетворительные суждения.

Следует также отметить, что каждый пятый молодой респондент ничего не знает о работе мэров городов Орла и Ливны. В г.Мценске данный критерий ниже, чем в указанных оценках деятельности мэров двух других городов.

В тоже время стоит отметить низкую активность участия опрошенной молодежи в жизни городов, где они проживают. (см. данные таблицы 2)

Таблица 3 Распределение ответов на вопрос: «Как Вы относитесь к участию в жизни города?», в% от опрошенных

Варианты ответов	Города Орловской области		
	Мценск	Ливны	Орел
активно участвую (в общественной, культурной, спортивной жизни)	22,2	22,2	12,5
интересуюсь городскими событиями, но не участвую в них	26,3	24,4	26,8
готов участвовать, если бы было время	25,3	28,9	24,7
не интересуюсь городскими событиями	11,1	12,2	17,1
не желаю принимать участие (в общественной, культурной спортивной)	15,2	12,2	18,8

Расхождение ожиданий, потребностей людей, с одной стороны, с реально ухудшающимися условиями жизни, с другой, может привести к утрате доверия к властвующим структурам, партиям, лидерам и их программам. Утрата веры в действенность властных институтов приводит к параличу мотиваций. Психологическое состояние депрессии, а порой безысходности при определенных условиях может серьезно повлиять на дестабилизацию общества. Поэтому первоочередной задачей органов власти является социальная поддержка молодого населения, особенно наименее защищенной ее части. На молодежный возраст приходятся главные социальные и демографические события в жизненном цикле человека: завершение общего образования, выбор профессии и получение профессионального образования, начало трудовой деятельности, формирование новых отношений с социальными институтами.

Таким образом, как и большинство населения, молодежь может с различной степенью интенсивности участвовать в политике. Политическая активность молодежи как социальной группы во многом зависит от политических установок и ценностей, политической культуры и субкультуры поведения, общественного и индивидуального сознания, которые в свою очередь оказывают влияние на содержание, характер и направленность политических действий.

Литература

- 1 Данные на 2012 г. Ист.: Федеральная государственная служба государственной статистики http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography (дата обращения 26.01.2013)
- 2 Ильинский И.М. Молодежь и молодежная политика. Философия. История. Теория. – М.: Голос, 2001. – 696 с.

Е.В. Ковалевская СТУДЕНТЫ И ИНФОРМАЦИЯ

КОВАЛЕВСКАЯ Елена Викторовна – кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии управления ИГСУП-РАНХиГС. E-mail: evkyand@yandexl.ru

В наше время любой человек ценится как специалист, сотрудник и просто интересный человек тем выше, чем больше навыков и знаний он имеет. Человек познает окружающий мир и постоянной имеет дело с информацией. Информация нужна человеку для того, чтобы принимать обдуманные решения и правильно действовать. Важным ресурсом и движущей силой социально-экономического, технологического и культурного развития в наше время считают информацию и знания.

Информация играет важную роль в жизни каждого человека и в обществе в целом. Мир вступает в информационную эпоху, в век электронной экономической деятельности, сетевых сообществ, в век, где между организациями нет границ. Теперь для каждого человека жизненно важной ценностью является право на информацию и доступ к ней. Коммуникация между людьми обеспечивается с помощью глобальных и локальных компьютерных сетей, средствами сотовой связи, системами телевидения и радиовещания. Жизнь миллионов людей кардинально меняется под воздействием этих информационных технологий. В то же время для каждого человека информатизация повседневной жизни не проходит бесследно. В новом информационном электронном пространстве постоянно меняется не только образ жизни, но и стандарты поведения и ценностные ориентации каждой личности, даже если человек считает, он непосредственно не связан с этими электронными нововведениями.

С точки зрения экономики сегодня наравне с рынками природных ресурсов, труда и капитала активно формируется рынок информации и знания, и во все сферы деятельности внедряются новые информационно-коммуникационные технологии. Национальная и региональная конкурентоспособность страны зависит от степени развития информационной инфраструктуры. Информация необходима людям во всех ситуациях. Люди сами создают информацию, сами используют ее, т.е. являются источниками информации и ее потребителями.

Новые технологии не всеми людьми воспринимаются и осваиваются одинаково. Наиболее восприимчивыми к новинкам, а следовательно, и к новым технологиям оказываются молодые люди. К этой категории относятся и студенты. Современные технические новинки предоставляют людям разные возможности. Их можно использовать и для работы, и для развлечения.

В сентябре 2013 г. нами был проведен опрос студентов нескольких московских вузов. В опросе приняли участие 300 студентов, которые были подразделены на 4 группы. Студенты учатся на разных факультетах и получают подготовку по разным специальностям. Большая часть опрошенных – студенты-экономисты, будущие менеджеры; для сравнения были также опрошены студенты, специализирующиеся в области социологии, психологии и государственного и муниципального управления. Все опрошенные студенты являются представителями специальностей гуманитарного профиля.

Одной из задач проведенного среди студентов опроса было выяснение того, как применяют в реальной жизни новые информационные возможности студенты, какая область обширного информационного поля вызывает у них наибольший интерес.

В результате исследования было выявлено, что только 6% респондентов не интересуются учебной информацией, а 38% студентов говорят о том, что потребляют эту информацию ежедневно.

Возможно, это связано с тем, что они посещают все виды занятий. Позже, во время сессий, результаты экзаменов и зачетов иногда показывают, что такая информация не очень долго остается в памяти некоторых студентов. 23% студентов не интересуется экономической информацией и, почти столько же – 24% респондентов, не обращают внимание на финансовые новости. Скорее всего, это те студенты, которые изучают не экономику. В этом ряду, представляет интерес то, что политика все же не совсем безразлична студентам, так как только 8% из них не интересуются политической информацией, а 22% студентов ежедневно читают политические новости. Есть различия между потреблением учебной и экономической информации, в нашей выборке большинство составляли студенты-экономисты, поэтому настораживает то, что слишком мало (5%) студентов интересуется экономической информацией ежедневно. Можно предположить, что расширение своей профессиональной компетенции и кругозора, видимо, не считается обязательным для студентов. Не исключено, что эта категория студентов могла отнести экономическую информацию к учебной.

20% студентов не интересуются научной информацией, поэтому можно сказать, что получив диплом, они, скорее всего, будут работать на производстве или в торговле и не станут связывать свою карьеру с научной деятельностью.

Кроме полезной информации, есть информация для развлечения и отдыха, есть компьютерные игры. Практически все студенты тратят много времени на общение друг с другом в социальных сетях и на это общение времени они не жалеют, исключением является только 4% ответивших. Более того, они очень не представляют себе нормального, с их точки зрения, существования без социальных сетей. Но в сеть надо заходить каждый день, надо отвечать на сообщения, поддерживать контакты друг с другом, и на это уходит время. Конечно, нельзя отрицать положительного момента социальной сети, когда она работает практически в качестве почти мгновенной доски объявлений. Студенты сюда заходят чаще, чем звонят по телефону, используют для информирования о месте встреч или каких-то других организационных изменениях.

Итоги опроса показали, что 83% респондентов ежедневно тратят время на общение в социальных сетях; 11% – 3-4 раза в неделю; 2% – 1 раз в неделю; 4% сказали, что не интересуются общением в социальных сетях.

Интерес представляют ответы и на другой вопрос: «Сколько времени ежедневно вы уделяете общению в социальных сетях?». Ответы распределялись следующим образом: 59% студентов общаются в социальных сетях по 3-4 часа ежедневно; 30% – 1-2 часа; 7% – до 1 часа; 4% сказали, что не тратят время на этот вид общения.

Массовое увлечение общением в социальных сетях можно объяснить тем, что это способствует адаптации личности в социальной среде в период взросления. Однако настораживает то, что при неформальной общении вне рамок анкетного опроса очень часто одним из привлекательных моментов общения в социальной сети студенты называют возможность анонимного общения друг с другом, возможность преставиться собеседнику или группе не тем, кто ты есть на самом деле, а сформировать в виртуальном мире какой-то идеальный с их точки зрения образ, и играть свою роль в соответствии с этим образом. В таком случае вопрос об адаптации личности в социальной остается открытым.

Подсчет коэффициентов корреляции для всех 30 содержащихся в анкете видов информации показал, что между временем общения в социальных сетях и потреблением всех других 29 видов информации нет сколько-нибудь значимых коэффициентов ранговой корреляции. Это означает, что общение в социальных сетях не влияет положительно на потребление учебной и иной информации; по крайней мере, и не мешает.

С.И.Кузнецова
СПЕЦИФИКА ВОСПИТАНИЯ ДЕТЕЙ ОДИНОКИМИ ОТЦАМИ
В РАМКАХ ИЗУЧЕНИЯ ОБРАЗА ОТЦА-ОДИНОЧКИ.

КУЗНЕЦОВА Светлана Игоревна – студентка 4-го курса социологии УрФУ, лаборант кафедры теории и истории социологии УрФУ. E-mail: deprived_wing@mail.ru.

В исследовании, проведенном в ноябре 2013 г., об образе одинокого отца среди жителей г.Екатеринбурга, приняли участие 200 человек. Проведение исследования осуществлялось в рамках дипломной работы. Объектом исследования выступили жители Екатеринбурга от 20 лет. Предмет исследования – образ одинокого отца.

Выборка носила квотный характер по полу и возрасту. Это связано с выдвинутыми нами гипотезами о влиянии пола на представления об отце-одиночке. Так же, для широкого охвата населения и представления всех возрастных групп, предусматривалась возрастная квота. Такая выборка оправдала себя, при анализе полученных данных были обнаружены значимые связи между некоторыми составляющими образа одинокого отца (личностные черты, мнение о воспитании детей одинокими отцами).

Методом опроса было раздаточное анкетирование в Екатеринбурге по месту работы и дома. Выбор данного метода обоснован возможностью сразу и достаточно быстро опросить нужное количество людей, провести квотный отбор.

Целью исследования было выявление основных характеристик образа отца-одиночки в представлениях населения г.Екатеринбурга.

Для решения поставленной цели и задач в анкете было разработано несколько блоков, направленных на выявление следующих составляющих образа: внешний облик, личностные черты, родительский портрет, проблемы одиноких отцов. В свою очередь представленные выше блоки раскрывались через ряд вопросов, среди которых стоит отметить наличие открытых вопросов (внешний облик, знание о фильмах с одинокими отцами и знаменитых отцов-одиночек), предоставление оценочных шкал для выявления степени согласия с утверждениями, выражения мнению относительно каких либо черт одинокого отца.

Специфика воспитания детей одинокими отцами исследовалась через призму шести типов отношений родителей к детям по Г. Сагатовской. Особенностью выявления родительско-детских отношений в представлениях жителей г. Екатеринбурга было предоставлено в анкете рядом утверждений, которые при разработке инструментария были соотнесены с этими типами. Это позволило не давить на респондента громкими заявлениями о методах воспитания и отношениях между отцом и ребенком, а, пропуская через себя определенные суждения, вывести нас на доминирующие типы.

По результатам исследования мы получили противоречивый образ, что было заложено в гипотезу-основание. Это касается внешнего вида мужчины (нет единого мнения в аккуратности отца, его способностях следить за собой), материальном положении (мнения варьируются от бедного до вполне обеспеченного отца).

Что касается родительско-детских отношений, то выявленные в ходе исследования типы отношений, методы воспитания и компоненты воспитания создают так же противоречие.

Из полученных данных следует, что отец ориентирован в большей степени на развитие нравственного компонента личности ребенка (87,5% респондентов), затем физического (61,5%) и трудового (51,5%).

Интеллектуальный компонент личности занимает четвертое место. Как и в анализе отдельных составляющих каждого компонента, учеба, по мнению екатеринбуржцев, не занимает ведущей роли в процессе воспитания ребенка одиноким отцом. Явный отрыв трудового компонента показывает, что опрошенные видят в семье с одиноким отцом преимущественно физический труд, нежели интеллектуальный

Разрыв между уважительным отношением и игнорированием особенностей личности (типы отношений по Г. Сагатовской) в исследовании очень маленький, всего 5,5%. Можно допустить, что в представлении жителей г. Екатеринбурга одинокий отец выбирает между двумя этими тактиками или сочетает их. Возникает противоречие в сочетании этих двух типов отношений между отцом и ребенком. Одинокий отец наравне с уважением к ребенку и возложением обязанностей относится к нему в большей степени как к объекту воспитания, не требующего учета личных качеств. Это представляется через то, что отец воспитывает так, как воспитывали его, ориентируется на другие семьи, считая нужным брать пример у них, ребенок растет нормальным, таким, как все, а большего отцу не требуется. Вместе с тем, родитель принимает к сведению мнение ребенка, который при этом с детства имеет свои обязанности, он наравне с отцом.

Примечательно, что эгоистическое отношение к ребенку отметили всего 17,5%. Обращаясь к полученным данным о характерных личностных чертах одинокого отца, стоит обратить внимание на то, что опрошенные не отмечали эгоизм ведущей чертой. Здесь можно проследить связь отсутствия эгоизма в характере отца и его редкое присутствие в отношениях с ребенком.

Доминирующим методом воспитания, по мнению горожан, оказался личный пример, что подтверждает роль отца, как наставника. Этот метод включает поведение, которое проецирует на себя ребенок, в том числе советы, касательно действий. Метод убеждения действует через внушение и объяснение, что показывает в какой-то степени набор маскулинных качеств отца.

Основной принцип, который можно отметить для семьи с одинокими отцами – это поощрение по заслугам. Дарить подарки просто так, что в исследовании мы представили в соотношении с методом поощрения, выбрали 5,1% опрошенных, что подтверждает зависимость поощрения от того, заслужил ли его ребенок.

Специфику воспитания в семье с отцом-одиночкой описывают характеристики, которые определили горожане: личные страхи не справиться с воспитанием ребенка (65%), чувство вины перед ребенком (50%), повышенный контроль (47,5%). Вместе с тем, одинокий отец выступает как грамотный родитель, знающий, чего хочет видеть в своем ребенке. Отец-одиночка использует вполне демократичные методы, нет проявления в образе тоталитаризма.

Обобщая полученные данные о воспитании детей в неполной отцовской семье, можно сделать вывод, что более половины жителей г. Екатеринбурга склонны считать семью с одинокими отцами неполноценной, однако это не показывает негативного отношения к ней. Среди респондентов 30% имели личный опыт знакомства, поэтому могли отвечать на вопрос, обращаясь к воспоминаниям. Оставшиеся 70% не имели такого опыта, поэтому выдавали скорее стереотипную информацию, поскольку определенного суждения относительно конкретно семьи с одиноким отцом у них не было. Учитывая в среднем низкую информированность об одиноких отцах и их проблемах, мы можем говорить о более стереотипном образе, который мы получили. Такой образ больше ассоциируется с неполноценной семьей.

Использованный нами инструментарий позволил выйти через косвенные вопросы на родительский образ одинокого отца без давления на респондента. Полученные данные применимы в рамках дипломного исследования, но требуют доработки при продолжении разработки темы. Эти доработки могут быть в виде расширения изучаемых параметров родительско-детских отношений, привлечение в исследование одиноких отцов для сравнения самопрезентуемого и воспринимаемого образа. Это позволит привлечь внимания и к проблемам отцов-одиночек, и к разработке социологических исследований одинокого отцовства.

Литература

- 1 Сагатовская Л.Г. Воспитание личности в условиях семейного коллектива. – Томск, 1971
- 2 Захарова Г.И. Психология семейных отношений: Учебное пособие. – Челябинск: Изд-во ЮУрГУ, 2009. – 63 с.

Г.В. Леонидова
КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАНИЯ КАК ВЫЗОВ ВРЕМЕНИ

ЛЕОНИДОВА Галина Валентиновна – кандидат экономических наук, зав. лабораторией исследования проблем развития трудового потенциала ИСЭРТ РАН. E-mail: Galinaleonidova@mail.ru

Развитие российского общества напрямую зависит от формирования экономики знаний, основным фактором которой является интеллектуальный потенциал населения. Крайне важно в ближайшее время обеспечить экономику страны необходимым количеством специалистов нужного инновационного качества, что напрямую зависит от функционирования научно-образовательного комплекса России. Последний в русле сказанного в настоящее время фактически является фактором ее национальной безопасности.

Одна из сильнейших систем образования в мире в начале 90-х гг. XX в. вследствие масштабных социально-экономических преобразований стала терять свои конкурентные преимущества: произошло резкое снижение финансирования, что вскоре катастрофически отразилось на качестве кадрового потенциала страны. К концу 90-х гг. XX в. недофинансирование образования в РФ составило 35%. Низкий уровень оплаты труда и социальных льгот способствовал падению престижа педагогического труда, препятствовал привлечению и закреплению высококвалифицированных кадров и молодежи в системе образования. Главной задачей российской системы образования в тот период было выживание [15]. В эти годы по данным ЮНЕСКО, Россия по качеству образования занимала 13-е место в последней, третьей группе слаборазвитых стран [15].

По данным аналитиков британского журнала Economist, лучшее качество образования в мире сегодня имеют Финляндия, Южная Корея и Гонконг [14]. Россия, согласно рейтингу журнала, замыкает двадцатку стран с лучшими системами образования.

Предпринимаемые в последние годы Правительством РФ шаги по улучшению ситуации в образовании так и не решили проблемы низкого уровня государственного финансирования отрасли. Доля расходов на образование в совокупном объеме ВВП РФ составляет сегодня 4,09%. В развитых странах показатели значительно выше²: в Дании – 7,7%, Швеции – 6,6 [17]. Недофинансирование отрасли приводит к моральному и физическому устареванию инфраструктурной и методологической базы учебных заведений. В 2012 г. в России 16% зданий учреждений, реализующих программы общего образования, требовали капитального ремонта и 1,4% находились в аварийном состоянии [13].

Несмотря на разрушительные трансформационные процессы, протекавшие в период 1990-х гг., накопленный за предыдущие годы потенциал отечественной системы образования сохраняется. Однако сегодня население считает российскую систему образования слабее по сравнению с другими развитыми странами мира. Такое мнение характерно для людей разных социальных групп [11, С. 70].

И действительно, Россия сильно отстает от стран-лидеров по таким показателям, как ожидаемая продолжительность обучения (в России для детей в возрасте 5 лет – 16,5, в Германии, например, – 17,9, в Швеции – 20,3 года) и средняя продолжительность обучения взрослого населения [9, с. 14].

Длительные сроки образования занятых в экономике во многом определяют динамизм развития стран-лидеров [4]. Сопоставление таких показателей, как среднее число накопленных лет обучения и душевой ВВП, дает основание утверждать, что те государства, в которых за десятилетний период продолжительность обучения населения возросла примерно на 2 года (Франция, Германия, Чехия, Япония, Китай), продемонстрировали и значительные темпы роста душевого ВВП (во Франции – на 30%, в Германии и Чехии – на 45%, в Бразилии – более чем наполовину, в Китае – на 65%) [9].

² Данные по странам ОЭСР включают государственные субсидии домохозяйствам на поддержание уровня жизни студентов, не связанные с образованием.

По мнению населения, любая страна, должна вызывать уважение среди других стран, прежде всего, высоким уровнем благосостояния ее граждан (так считает 30% россиян) и военной мощью (22%). Но Россию уважают, как утверждают результаты исследования ВШЭ [11], прежде всего, за богатые природные ресурсы (29%), за военную мощь и наличие ядерного оружия (21%). Только 2% опрошенных граждан России упомянули в качестве символа национального престижа наличие развитой системы образования. В рамках задачи перехода страны к обществу знаний все эти данные свидетельствуют о том, что российская экономика развивается в противоположном направлении по отношению к обозначенным ориентирам [12].

В то же время наряду с богатейшими природными ресурсами, образование россиян является одним из конкурентных преимуществ. Мировой опыт показывает, что экономики стран, в которых выше *уровень образования населения*, являются наиболее устойчивыми. Согласно Международной стандартной классификации образования (МСКО) большинство россиян в возрасте 25 – 64 лет (62%) имеют третичное образование³ (МСКО 5А и 6). Этот показатель на 10 процентных пунктов выше, чем у жителей Канады, и в 1,5 раза – по сравнению с проживающими в Германии и Франции. По данным переписей населения, в период с 1959 по 2010 г. численность населения с высшим и неполным высшим профессиональным образованием в РФ возросла почти в 7 раз, со средним профессиональным – в 5 раз, а людей, имеющих начальное профессиональное и среднее (полное) общее образование, стало меньше в 5 раз, с основным общим и начальным общим образованием – в 6 раз [13].

Во всех постиндустриальных странах наблюдается устойчивый рост доли работников с высшим образованием в общем количестве занятого населения. В России спрос на высшее образование проявляется наравне с развитыми странами. За период с 2000 по 2011 г. выпуск на рынок труда специалистов с высшим профессиональным образованием возрос на 127%, численность занятого населения с высшим профессиональным образованием увеличилась на 47%.

Для лиц с высшим профессиональным образованием характерны наиболее высокий уровень занятости и наиболее низкий уровень безработицы. Если уровень занятости в 2012 г. в среднем по РФ составлял 64%, то в группе лиц с высшим образованием – 82% (в США – 84%, Финляндии – 87%). Соответствующие показатели безработицы – 5,1% и 3,6%. Следовательно, образование выступает важным фактором занятости населения.

Создание системы образования, принципиально отвечающей задачам перехода к экономике знаний [8], стоит сегодня в повестке дня и России, и других стран мира. Лучшими странами по эффективности использования знаний для обеспечения инновационного развития в период 2000 – 2012 гг. являются Дания, Великобритания, США. Среди более чем 140 стран в данном рейтинге Россия занимала в 2012 г. 55 место (в 2000 г. – 64).

В то же время всего только 15% российского населения, согласно исследованиям НИУ ВШЭ в 2011 г., относит развитие образования к числу факторов экономического роста территорий [11].

В действительности уровень развития сферы образования имеет важное значение для укрепления экономического потенциала и конкурентоспособности территории. Об этом свидетельствует оценка парной взаимосвязи индекса развития образования регионов РФ, рассчитанного методом многомерного сравнительного анализа, основанного на методе эвклидовых расстояний⁴, и размера валового регионального продукта в постоянных ценах, рассчитанная по корреляции Пирсона. В 2012 г. коэффициент корреляции, согласно расчетам сотрудников ИСЭРТ РАН, составляет 0,31 ($r = 0,314$ ($p < 0,01$)), что подтверждает наличие существенной взаимосвязи индикаторов. При этом необходимо отметить, что теснота взаимосвязи со временем увеличивается [6].

³ В России уровень МСКО 5А соответствует высшему профессиональному образованию, уровень МСКО 6 – послевузовскому профессиональному образованию.

⁴ Подробнее о методике оценки территорий по показателям образования см.: [20, с. 91-96]

Задача инновационного развития страны тесно связана с модернизацией образовательной сферы. Начиная с конца XX в. российская сфера образования постоянно реформируется. Начало современным реформам положил Закон РФ «Об образовании»⁵, который в условиях 1990-х годов прошлого столетия представлял собой попытку приведения образовательной политики в соответствие с новыми социально-экономическими реалиями [1]. Закон определил правовые основы обновления отношений в сфере образования, а также выполнял важную социальную функцию сохранения и защиты системы образования в период развития страны в условиях кризиса. Однако сформировать упорядоченную и сбалансированную систему законодательства об образовании, обеспечивающую последовательное и системное регулирование отношений в этой сфере, на их основе не удалось. Все позитивные начинания были ограничены резко сократившимся финансированием образования.

О необходимости выстраивания образовательной системы «...с действенной экономикой и управлением; которое отвечало бы запросам современной жизни, потребностям развития личности, общества и государства» [10] было отмечено в 2001 г. на заседании Госсовета РФ «О развитии образования в Российской Федерации». Особо было подчеркнуто, что без решения этих задач образование не сможет выполнить свою историческую миссию – стать двигателем поступательного развития страны и генератором роста ее человеческого капитала.

Однако последующие шаги образовательной политики (коммерциализация образования, внедрение единого государственного экзамена (ЕГЭ), федеральное тестирование в вузах (ФЭПО)) и другие – крайне негативно отразились на качестве образования. Попыткой переломить отрицательную динамику качества образования стала реализация Национального проекта «Образование» (2006 г.). В отрасль согласно нацпроекту были направлены значительные средства, но точечность усилий не смогла кардинально изменить общую ситуацию перманентного ухудшения качества образования, школьного и вузовского [1].

Внедренный принцип «деньги следуют за учащимися» привел к тому, что существенное количество малокомплектных школ, особенно в сельской местности, начало сокращаться быстрыми темпами. В период с 2004 по 2012 г. число организаций, реализующих программы общего образования, сократилось в 1,5 раза (с 68,1 до 46,2 тыс. ед.) [13].

Серьезно обострилась проблема качества обучения в высших учебных заведениях. С одной стороны, высшее образование стало массовым, что характерно для перехода к постиндустриальному, информационному обществу. С другой стороны, на рынок труда «хлынула» огромная масса специалистов с высшим образованием, но без соответствующей (востребованной рынком) качественной подготовки. Так, в 2012 г. Министерством образования и науки РФ был проведен мониторинг деятельности федеральных образовательных учреждений высшего профессионального образования, результатом которого явилось выявление 25% российских вузов из 502 государственных учреждений и 50% филиалов из 930 структурных подразделений вузов, чья деятельность имела признаки неэффективности⁶.

Еще одним шагом в модернизации образования стал проект «Наша новая школа» (2008 г.), в котором обозначались основные направления развития общего образования, такие как переход на новые образовательные стандарты, развитие системы поддержки талантливых детей, совершенствование учительского корпуса, изменение школьной инфраструктуры, сохранение и укрепление здоровья школьников.

Новый этап реформ связан с принятием в 2012 г. нового Закона «Об образовании», который вступает в силу с 1 сентября 2013 года. В рамках Гайдаровского форума-2013 «Россия и мир: вызовы интеграции» (площадки, на которой оглашается и дорабатывается внутренняя и внешняя экономическая политика России на ближайший год) Председатель Правительства РФ Д. Медведев

⁵ Закон Российской Федерации «Об образовании» № 3266-1 от 10.07.1992 г.

⁶ Мониторинг деятельности федеральных образовательных учреждений высшего профессионального образования. – Москва: Министерство образования и науки РФ, 2012.

поставил цель «обеспечить переход на траекторию устойчивого экономического роста на уровне не ниже 5% ВВП» [4]. Именно такой прирост даст возможность решить проблемы в социальной сфере. Однако такой прорыв невозможно реализовать без высококвалифицированного человеческого капитала, который в значительной степени формирует система образования.

Изменения, предусмотренные в новом законодательном акте, ставят под сомнение реализацию этой задачи. В соответствии с новым законом «Об образовании» фактически платными будут детские сады (сегодня родители платят не более 20% затрат учреждения, в будущем «вклад» может составить до 100% затрат детского сада в зависимости от учредителя). Отдельные положения закона прямо противоречат Конституции РФ, которая гарантирует образование каждому гражданину, а согласно новому Закону количество бесплатных мест в вузах связано с количеством лиц определенного возраста, а не с численностью всего населения страны. Т.е., раньше за счет средств федерального бюджета финансировалось обучение в федеральных государственных образовательных учреждениях высшего профессионального образования не менее чем 170 студентов на каждые десять тысяч россиян. Сейчас речь идет о не менее чем восьмиста студентов на каждые десять тысяч граждан России в возрасте от 17 до 30 лет (Ст. 100, п. 2).

Современной системе образования России программными документами последних лет задан вектор большей динамичности, стремления к международной конкурентоспособности, открытости, широкому сотрудничеству с наукой. Решение этих вопросов в полной мере зависит от возможностей всех субъектов образовательного процесса (органов управления образованием, педагогических работников, обучающихся и их родителей) к сложнейшей перестройке образовательной системы, обновлению содержания образования и повышению его качества, внедрению новых методов обучения, формирующих навыки практического анализа информации. Т.е. всего того, что должно способствовать переходу на иной вариант развития общества, позволяющего уйти от сырьевой ориентации к развитию инновационных форм хозяйствования [18, С. 91].

Литература

- 1 Аванесов В.С. Проблема модернизации образования [Текст]: мат-лы XI межд. науч. конф. «Модернизация России: ключевые проблемы и решения» / В.С. Аванесов. – Москва, ИНИОН РАН, 2010. – 16-17 декабря.
- 2 Анализ взаимосвязей системы образования и рынка труда в России за последние 5 лет: информ. бюллетень. – М., НИУ ВШЭ, 2012. – 36 с.
- 3 Выбор профессии: чему учились и гдегодились? [Электронный ресурс] / В.Е. Гимпельсон, Р.И. Капелюшников, Т.С. Карабчук, З.А. Рыжикова, Т.А. Биляк. – Режим доступа: http://uisrussia.msu.ru/docs/nov/hse_ejournal/2009/2/13_02_03.pdf
- 4 Инновационная экономика в региональном социуме: монография / А.А. Угрюмова, Е.И. Медведева, С.В. Крошилин. – Коломна: МГОСГИ, 2012. – 169 с.
- 5 Индикаторы образования: 2013 [Текст]: статистический сборник. – М.: НИУ ВШЭ, 2013. – 280 с.
- 6 Леонидова Г.В., Головчин М.А. Тенденции развития сферы образования в регионах России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – Вологда: ИСЭРТ РАН, 2013. – № 4 (28).
- 7 Конкурируя за будущее сегодня: новая инновационная политика для России [Текст]: доклад. – М.: Опора России. – 128 с.
- 8 Леонидова, Г.В. Непрерывное образование как условие формирования человеческого капитала [Текст] / Г.В. Леонидова, К.А. Устинова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2012. – № 6(24). – С. 124-137.
- 9 Леонидова, Г.В. Непрерывное образование в контексте инновационного развития России и Беларуси [Текст] / Г.В. Леонидова, К.А. Устинова // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. – 2013. – № 3(27). – С. 133-140.

- 10 Модернизация российского образования: документы и материалы [Текст] / Э.Д. Днепров. – М. ГУ-ВШЭ, 2002. – 332 с.
- 11 Образование в цифрах: 2013 [Текст]: кр. стат. сб. – М.: НИУ ВШЭ, 2013. – 80 с.
- 12 Образование как фактор экономического развития. – М.: Научный эксперт, 2008. – 104 с.
- 13 Официальный сайт государственного комитета статистики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.gks.ru
- 14 Почему Россия заняла 20-е место в мире по уровню образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newsland.com/news/detail/id/1081981/>
- 15 Реформа образования в России (1991-1999) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://newsruss.ru>
- 16 Россия в цифрах. 2012 [Текст]: крат. стат. сб. / Росстат – М., 2012. – 573 с.
- 17 Россия и страны мира. 2010 [Текст]: стат. сборник / Росстат. – М., 2010. – 372 с.
- 18 Современная система образования России: анализ, проблемы и перспективы: колл. монография / Е.И. Медведева, Ж.К. Леонова, С.В. Крошилин – Коломна: МГОСГИ, 2011. – 258 с.
- 19 Устинова К.А. Соответствие квалификации занятого населения требованиям рабочих мест [Текст] / К.А. Устинова // ЭКО. – 2012. – №9. – С. 181-189.
- 20 Шабунова А.А. Оценка развития образования в муниципальных территориях [Текст] / А.А. Шабунова, М.А. Головчин // Проблемы развития территорий. – 2012. – № 1(57). – С. 91-96.
- 21 Education-Occupation Mismatch: Is There an Income Penalty? [Text]: IZA Discussion Paper № 3806 / Nordin M., Persson I., Rooth D.-O. – Bonn: IZA, 2008.
- 22 Robst J. Education, College Major and Job Match: Gender Differences in Reasons for Mismatch // Education Economics. – 2007. – Vol. 15. – № 2.

О.Н. Лихачева

СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ МОЛОДЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ: КОНФЛИКТНЫЙ ПОДХОД

ЛИХАЧЕВА Ольга Николаевна – аспирант Института социологии НАН Беларуси. E-mail: olih-n@mail.ru

Ежегодно в Республике Беларусь молодыми специалистами становятся около 20 тыс. человек. Большинство из них вступает в новый этап жизни, впервые начинают свою профессиональную деятельность. В этот период молодые специалисты сталкиваются с непривычными для них проблемами, поэтому важно не упустить момент и контролировать процесс включения молодого работника в профессиональное сообщество.

Социально-профессиональная адаптация как целостный процесс социализации и профессионализации личности рассматривается как неразрывное единство процессов социальной адаптации. К такому выводу пришли такие исследователи как Н.Э. Касаткина, Е.Л. Руднева, Г.Г. Солодова, Т.М. Чурекова, Т.А. Жукова и др. Так, Т.М. Чурекова утверждает, что взаимосвязь социальной и профессиональной адаптации состоит в постоянном улучшении отношений участниками производственного процесса, в постоянном совершенствовании различных видов профессиональной деятельности; в позитивном изменении личности специалиста, как в нравственном, так и профессиональном отношении, в формировании профессиональной позиций, обусловленной требованиями времени к специалистам данной профессии [1]. Социально-профессиональную адаптацию как постоянный непрерывный процесс рассматривает и Т.А. Жукова: «социально-профессиональная адаптация характеризуется сохранением и дальнейшим развитием склонностей к конкретной профессиональной деятельности, слиянием общественной и личной мотивации труда, она осуществляется в единстве с адаптацией социальной» [2, с. 19].

Процесс адаптации носит полифункциональный характер, так как взаимодействует с комплексом интересов, потребностей, норм и предписаний. С другой стороны, социально-профессиональная адаптация представляет собой сложный набор шагов и факторов, которые возникают, когда молодой человек сталкивается с профессиональной задачей, наличествующей в той или иной социальной среде и в рамках исполнения определенной роли. Иными словами, процесс адаптации происходит посредством взаимодействия субъекта и окружающей его социальной и профессиональной среды. Среди компонентов этого процесса можно выделить следующие: 1) молодой специалист 2) устоявшаяся ролевая структура организации 3) адаптационные ресурсы. Взаимодействие этих элементов показывает, как молодой специалист может адаптивно отреагировать, когда вовлечен в профессиональную деятельность.

Попадая в новую трудовую среду, молодой специалист оказывается перед выбором принятия, либо непринятия существующего положения. Такой выбор влечет за собой риск, т.к. этот выбор может быть навязанным, т.е. не совпасть с реальными желаниями и возможностями выпускника. Другими словами, происходит «конфликт ролевых ожиданий». В студенческие годы у молодого человека формируется собственная система представлений о профессиональной роли, которая не всегда совпадает с реально существующей. Поэтому в то время, когда происходит выбор моделей поведения, вероятен **конфликт**.

Разрешение конфликта будет зависеть от наличия адаптационных ресурсов. Под адаптационными ресурсами понимаются те ценности, запасы, возможности, которые позволяют молодым людям быстро и своевременно включиться в профессиональное сообщество. К основным адаптационным ресурсам относятся: 1) материальные; 2) профессионально-образовательные; 3) социально-психологические. Адаптационные ресурсы могут поспособствовать включению в профессиональную деятельность, однако даже при их наличии не гарантирован успешный результат, т.к. просто обладать ими бывает недостаточно, необходимо уметь правильно ими воспользоваться в начале профессиональной деятельности. Поэтому важным критерием адаптации является способность управлять своими адаптационными ресурсами, и при необходимости их восполнять. Чем раньше недостающий адаптационный ресурс будет обнаружен, тем быстрее можно помочь молодому специалисту освоиться на рабочем месте и тем качественнее он будет выполнять свои трудовые обязанности. Однако даже при активном взаимодействии профессиональной среды и молодого специалиста, конфликт неизбежен. Его разрешение (т.е. выбор) происходит в положительную или отрицательную сторону. Это зависит от многих факторов, но основными, мы полагаем, являются ресурсы (их наличие и управление).

Положительное разрешение подразумевает, что молодой специалист включен в работу, взаимодействует с коллегами и профессиональной средой, в результате чего происходит **социально-профессиональная интеграция** молодого специалиста в профессию. Но конфликт не всегда заканчивается компромиссом. Возникший конфликт может привести к тому, что молодой специалист не в состоянии или не желает принимать сложившуюся профессиональную среду и, как результат, не выполняет своих трудовых функций. Происходит его отчуждение от полноценных социально-трудовых отношений. В этом случае порываются социальные связи между трудовой системой организации и молодыми работниками как его составляющее. Такая форма преодоления конфликта приводит к **социально-профессиональному исключению** молодого специалиста.

Одним из показателей социально-профессиональной интеграции новых работников являются их карьерные намерения. Как показал социологический опрос, проведенный Могилевским институтом социально-политических исследований в 2011 г. [3], настроенность на руководящую работу есть у большинства участников исследования, категорическое нежелание имеется только у каждого десятого. Однако в этой группе в 3 раза больше девушек, чем юношей, а также, чем меньше населенный пункт, тем меньше желающих (таб.).

Таблица 1 Распределение ответов на вопрос: «Хотите ли Вы в перспективе стать руководителем?», %

Варианты ответов	Общее распределение	Мужчины	Женщины	Крупные города	Райцентры	Села
Да, хочу	32,7	37,4	30,3	37,7	28,7	26,7
Да, но примерно через 5 лет	31,4	32,8	30,7	33,5	30,6	27,9
Да, но примерно через 10–15 лет	17,9	16,0	18,9	17,8	19,4	16,3
Нет, хочу быть только исполнителем	11,7	5,3	15,0	8,4	12,0	18,6
Уже занимаю руководящую должность	4,2	4,6	3,9	1,0	7,4	7,0

В селе почти каждый пятый не стремится «в начальники», хотя продвигают там молодых, как показал опрос, намного стремительней, чем в крупных городах. В отношении женского пола, возможно, срабатывают гендерные стереотипы, а также настроенность на семью. В сельской местности труд руководителя сложнее, ответственнее и ниже оплачиваемый, чем в крупных городах.

На адаптационные процессы влияют и профессиональная ориентация молодых людей. Решение учиться по выбранной профессии уже приняли до школы или в начальных классах 1,3%; в 5–8-х классах – 8,8%; в 9–11-х классах – 54,5%; абитуриентом при поступлении в учебное заведение – 35,3%. Таким образом, тех, кто с детства мечтал получить теперешнюю специальность не так и много, половина принимало это решение в старших классах, а каждый третий у двери приемной комиссии. Во многом этим объясняется неудовлетворенность своим профессиональным выбором у довольно большого числа молодых специалистов. Среди выпускников ссузов на 10% больше тех, кто поменял бы свою профессию. В целом по выборке таких – ровно треть. Соответственно, и большой трудовой отдачи, желания работать от них не ожидается, и ближайшие годы их мысли будут заняты профессиональным определением. Разочарование в специальности произошло уже во время учебы в 20,5%, во время прохождения практики у 17,2%, и когда приступили к работе у 62,3%.

С чем же связывают основные трудности молодые специалисты на их первом рабочем месте:

С содержанием самой выполняемой работы	– 47,2%.
С некоторыми особенностями своего характера	- 28,5%.
С взаимодействием с руководством	- 10,8%.
С взаимодействием с коллегами	- 7,8%.

Таким образом, выше изложенный конфликтный подход, подкрепленный социологическими результатами, показывает, что процесс социально-профессиональной адаптации молодых специалистов – это сложное, но крайне важное и регулируемое явление. Отсутствие эффективных механизмов управления процессами социального взаимодействия между молодежью и социальными институтами, отвечающие за профессиональную самореализацию могут привести молодого специалиста к социальному исключению.

Литература

- 1 Чурекова Т.М. Адаптация молодых специалистов к профессионально-педагогической деятельности // Оригинальные исследования: электронный журнал. – 2011. – №2. – Режим доступа: <http://www.nauka31.ru/2011-02-13-16-16-51/20-2-2011-/112-2011-07-29-13-57-31>.
- 2 Жукова Т.А. Социально-профессиональная адаптация студентов в системе высшего профессионального образования / Т.А. Жукова, Л.А. Степанова. – Кемерово: Кемеровский полиграфкомбинат, 2007. – 148 с.

- 3 Молодые специалисты на рынке труда Могилевской области: проблемы подготовки, трудовой деятельности и социальной защищенности: отчет о НИР / МИРСПИ. – Могилев, 2011г. – 69с. – № ГР 20102297.

Л.Ю. Лукичева

**КОНЦЕПЦИИ И НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ОБРАЗОВАНИЯ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ XXV.
(ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ)**

ЛУКИЧЕВА Любовь Юрьевна – младший научный сотрудник ОГБУ «НИИ истории и культуры Ульяновской области». E-mail: lubonika@mail.ru

Образовательный потенциал любой страны всегда характеризуется довольно долгой и насыщенной историей становления и развития. Именно изучение истоков формирования и накопления образовательного потенциала является ключевой характеристикой данной работы. Собственно социологический подход к изучению феномена образования и его составляющих сформировался в России в начале XX в. Однако уже во второй половине XIX в. сложились условия для социального запроса на изучение образования. К данным условиям можно отнести отмену крепостного права, реформу сферы образования, интенсификацию экономического развития страны и др. В России первые попытки анализа образованности населения были предприняты во второй половине XIX в. земскими статистиками.

Необходимость обращения к классическим теориям места и роли образования в обществе связана с тем, что именно в них впервые было предложено концептуальное рассмотрение образования как сферы жизнедеятельности общества. Однако концепции образования, разработанные в рамках классической социологии, не получили теоретического развития и соответствующей практической реализации на этапе зарождения социологии образования в нашей стране. Для России характерен индивидуальный подход к изучению образования. Значительный вклад в осмысление проблем образования внесли М. М. Ковалевский, Н. И. Кареев, П. А. Сорокин.

Выдающийся русский историк и социолог Н. И. Кареев рассматривал вопросы воспитания и образования. Размышляя о значении исторического образования, он выдвинул ряд интересных и актуальных идей, затрагивающих крайне важные аспекты системы образования в целом, в первую очередь, проблемы целей и задач образования, структуры образовательного процесса, специализации в процессе образования. По мнению Н. И. Кареева, главной целью образования должна быть подготовка образованных людей с широкими знаниями и кругозором, прежде всего, в области высшего образования.

М. М. Ковалевский был активным проводником и пропагандистом идей просвещения, образования и науки, ему принадлежит важная роль в утверждении демократических начал в развитии образования в России. Также он развивал идею о необходимости введения обязательного, доступного для всех граждан начального образования.

П. А. Сорокин в качестве одного из важнейших каналов социальной мобильности выделяет институты образования и воспитания. Каналы вертикальной мобильности представляют собой некие «лестницы», «лифты», которые позволяют перемещаться индивиду «вверх или вниз из одного слоя в другой». П. А. Сорокин отмечал, что «роль канала, которую исполняет современная школа, становится все более значимой, ведь, по сути, она взяла на себя функции, ранее выполняемые церковью, семьей и другими институтами». Воспитание и образование начала XX века, по мнению ученого, требует глубокого реформирования в силу своей медлительности и безжизненности, что предполагает интенсификацию обучения и воспитания.

История развития образования содержит много теоретических идей и новаций, которые не были востребованы наукой и обществом длительное время. К таким идеям можно отнести труды российской интеллигенции, теории авторских школ (Л. Н. Толстой, С. А. Рачинский, К. Д. Ушинский). Авторские школы представляли собой систему образовательно-воспитательных учреждений, осуществлявших профессиональную ориентацию и подготовку своих воспитанников. Деятельность учреждений такого типа отвечала следующим целям:

- целостности системы образования;
- преемственности системы образования, всех ее звеньев и подсистем;
- непрерывности образования.

Смена концепции народного образования и пролетарской концепции образования, крах советской модели образования – все это привело к возникновению принципиально иных концепций в образовательной сфере. Особенность новых концепций заключается в том, что они не являются универсальными. К таким концепциям можно отнести концепцию дистанционного образования (А. М. Бершадский, Г. Гримес, Г. Румбле, И. Г. Кревский), европейскую концепцию («Болонский процесс») и др.

Современное образование должно не только обеспечивать формирование у обучающихся определенной системы знаний, но и, вследствие их постоянного и достаточно быстрого обновления, развивать у каждого обучающегося потребность в непрерывном самостоятельном овладении ими, т. е. способствовать самообразовательной деятельности. Перспективным направлением модернизации системы образования является внедрение дистанционного образования на основе использования информационных и телекоммуникационных технологий. Названный вид образования предполагает:

- удовлетворение образовательных потребностей населения;
- повышение социальной и профессиональной мобильности населения;
- удовлетворение потребностей общества и государства в качественной подготовке специалистов с различным уровнем образования;
- повышение уровня образованности населения страны;
- обеспечение единого образовательного пространства.

Литература

- 1 Ковалевский М. М. Общий ход развития политической мысли во второй половине XIX века // Социология в России XIX – начала XX веков. М., 1997.
- 2 Сорокин П. А. Социальная стратификация и социальная мобильность // Человек. Цивилизация. Общество. М., 1992
- 3 Кареев Н. И. О сущности гуманитарного образования //Историко-философские и социологические этюды. СПб., 1899.

Г. В. Лысенко

ЗНАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ УПРАВЛЕНИЯ: ВОЗМОЖНОСТИ И ПРЕДЕЛЫ

ЛЫСЕНКО Галина Васильевна – кандидат исторических наук, доцент кафедры менеджмента Волгоградского филиала РАНХиГС. E-mail: galinalis92@mail.ru

Актуальность заявленной проблемы определяется возрастанием роли управления, как института, отвечающего за планирование и проектирование будущего, за конструирование новой реальности, за вовлечение всех заинтересованных субъектов в совместную деятельность. Решение вопросов управления предполагает использование акторами научных знаний и знаний технологий управления. В современном обществе знание становится конститутивной основой, оно превращается в способ

формирования общества, его организующий принцип, отсюда следует тезис «мы обустроиваем всю нашу жизнь на основе знания» [1]. В связи с этим встает вопрос о взаимосвязи знания как теории и технологии и управления, а также потенциала знания и его пределов в конструировании социальной реальности.

Востребованность и признание роли знания в системе властных отношений опирается на идеи эпохи Просвещения с ее верой в возможности использования знания для улучшения социального устройства. В настоящее время знание утратило нормативные черты, превращаясь в капитал и главную производительную силу. Важной чертой знания становится не поиск истины, а его эффективность. Востребованность знания как капитала зависит от признания идеи значимости и признания знания в качестве капитала.

Знания носят многоуровневый характер, они являются теоретическим инструментарием познания социальной реальности, выступают условием ее существования и ее продуктом, а также знания реализуются в технологиях власти [2, с. 499.]. Следовательно, знания могут использоваться институтами власти для реализации целеполагающих и целереализующих функций.

Несмотря на возможность использования знаний для эффективного управления, для формирования социальных отношений, для конструирования социальной реальности, все же существуют границы влияния с помощью знаний, а применение социальных технологий не всегда приводит к запланированным результатам. Как отмечал Э. Гидденс «история творится интенциональной деятельностью, но не является интенциональным проектом», поэтому итоги «реформаторских» проектов, задающих направленность развития истории, не совпадают с замыслами [3, с.63]. Данная оценка управленческого воздействия имеет особую актуальность для нашей страны, учитывая сложность происходящих изменений и способность субъектов управления продуцировать и использовать знание в сфере управления. К числу таких субъектов отнесем государственных служащих и экспертов.

Госслужащие как профессиональная группа, осуществляющая сложную управленческую деятельность, должна обладать теоретико-методологическими знаниями и умениями, умением использовать социальные технологии в управлении. Знания позволяют управленцам эффективно выполнять свои функции в профессиональной сфере. Именно знания являются важным фактором повышения качества управленческого труда. Кроме того, знания позволяют сотруднику оценить свою профессиональную компетентность в соответствии с выполняемыми функциями.

В настоящее время большинство госслужащих имеют высшее образование. Вместе с тем, в региональных структурах власти Волгоградской области занято 34% госслужащих с экономическим образованием, 13, 5% – с юридическим образованием, а более 26% имеют непрофильное образование, которое учитывается органами статистики как «другое». Непосредственно по специальности «государственное и муниципальное управление» работают всего 4% чиновников. Эти данные статистики показывают, что в основном в органах исполнительной власти региона работают чиновники, имеющие экономическое или «другое» непрофильное образование [4].

Вместе с тем, оценивая свои знания для реализации управленческих задач, большинство опрошенных государственных служащих (82%) отмечают, «профессиональных знаний вполне достаточно». Однако, указывая на факторы, которые препятствуют процветанию региона более 40% респондентов – госслужащих отметили – «низкий профессионализм управленцев» [5].

Отсутствие необходимых профессиональных знаний сказывается на качестве социальных взаимодействий, на решении социальных проблем. Так, в рейтинге доступности и качества медицинской помощи, опубликованным исследовательским центром агентства «РИА рейтинг» Волгоградская область в 2013 г. заняла 52-е место из 83-х возможных.

Недостаточный уровень профессиональных знаний в целом свойственен чиновникам и согласно Индексу Legatum Prosperity Россия по уровню коррупции и эффективности управления страной занимает 96-е место [6]. Следовательно, проблема повышения эффективности управления на основе производства и использования обществоведческого знания является в настоящее время крайне актуальной.

Претензии на капитал знания выражают эксперты, которые претендуют на право производства и конвертации знаний в другие виды капиталов, в том числе в политический, финансовый. При этом «эксперты», к которым в этом контексте можно отнести социологов, политконсультантов, журналистов, ученых-обществоведов конкурируют за право представления информации необходимой для принятия управленческих решений. Однако переживаемый в настоящее время экономический спад, который затронул 40% российских регионов, помимо экономической составляющей выявил ограниченность знания и возможностей экспертов определять направленность социальных процессов. Таким образом, кризис демонстрирует ограниченность экспертов, как носителей знаний, несостоятельность их притязаний на истинность в понимании социальной реальности, а также ошибочность отождествления научного знания со знанием вообще и социально-научного знания с социальным знанием в частности. Использование знания не снимает проблему социальной неопределенности, а само знание о рисках современности становится источником неуверенности и общественно-политических проблем.

Литература

- 1 Шютц, А. Формирование понятия и теории в общественных науках //Американская социологическая мысль: Тексты /Под ред. В. И. Добренькова. – М.: Изд-во МГУ, 1994. Электронная версия: <http://www.nsu.ru/psych/internet/>
- 2 Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика общество и культура [Текст] / М. Кастельс: пер. с англ. под. науч. ред. О. И. Шкаратана. – М.: ГУ ВШЭ, 2000.
- 3 Гидденс, Э. Элементы теории структуриации // Современная социальная теория: Бурдье, Гидденс, Хабермас: Учеб. пособие. – Новосибирск: Издат-во Новосиб.ун-та. 1995.
- 4 Сайт Федеральной службы государственной статистики [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/B08_99/lssWWW.exe/Stg/f2.htm.
- 5 Данные социологического исследования, проведенного автором в апреле 2013 г. Всего было опрошено 150 респондентов – государственных служащих, работающих в региональных исполнительных органах Волгоградской области.
- 6 Сайт Legatum Institute (LI) [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.prosperity.com>
- 7 Бек, У. Социология: профессия и призвание // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003.Том VI. №1 (21).- С.5-23.
- 8 Штер, Н. Мир из знания / Пер. с нем. А.Н. Малинкина // Социологический журнал. 2002. № 2 // <http://filosof.historic.ru/>

А.Ю. Нестеров, Д.С. Ольхов
СОЦИАЛИЗАЦИЯ И СОЦИАЛЬНАЯ АДАПТАЦИЯ ДЕТЕЙ-СИРОТ В СИСТЕМЕ ЮВЕНАЛЬНОЙ
ИНСТИТУАЛИЗАЦИИ

НЕСТЕРОВ Артем Юрьевич, кандидат социологических наук, старший преподаватель кафедры «Управления персоналом» «МГУТУ им К.Г. Разумовского», г. Москва. E-mail: ne7terov@rambler.ru.

ОЛЬХОВ Дмитрий Сергеевич, студент ФГБОУ ВПО «Московского государственного университета технологий и управления им. К.Г. Разумовского», ОФО, специальность: 080200 – «Производственный менеджмент», г. Москва. E-mail: ne7terov@rambler.ru.

Актуальность и своевременность ювенальной институализации сирот в системе муниципальных интернатных учреждений подтверждается тем, что дети-сироты и подростки, оставшиеся без попечения родителей в силу их особого социального статуса часто более подвержены негативному воздействию общественных процессов, таких как потребительское отношение к жизни «иждивенчество», асоциальное поведение, генетическая наследственность, наркотизация и т.д. Среди многих проблем вхождения в самостоятельную жизнь общества для выпускников интернатных учреждений доминирует неумение

жить самостоятельно, строить свою семью. Разрыв между их представлениями о жизни и реальностью проявляется в отсутствии способностей ориентироваться в современной (неординарной, новой) ситуации изменять свое поведение и запросы в зависимости от обстоятельств, в неумении самостоятельно работать и многое другое, что значительно усугубляет свободной интеграции сирот в современном обществе.

Большинство выпускников-сирот проблематично адаптируются в жизни, не в состоянии решить многие проблемы, с которыми им приходится сталкиваться ежедневно без поддержки взрослых. Они испытывают большие трудности с трудоустройством, получением собственного жилья, регистрации по месту жительства, обустройством своего быта, составлением и соблюдением собственного месячного бюджета, отстаиванием своих юридических (конституционных), материальных и жилищных (имущественных) прав.

По нашему мнению *проблема ювенальной юстиции* в сфере социального сиротства в России заключается в том, что после выпуска из интернатного учреждения сироты лишаются привычного, безопасного окружения, четкого распорядка организации жизни, что приводит к неуспешной адаптации в самостоятельной жизни. Они сталкиваются с непреодолимыми проблемами, связанными с получением жилья, регистрации по м/ж., трудоустройством, организацией быта, питания и свободного времени, созданием и сохранением собственной семьи [3, 7].

При разнообразии взглядов на *ювенальную юстицию* можно, сгруппировав различные мнения, выделить два подхода к рассматриваемому явлению. В частности, один из крупнейших отечественных специалистов в данной области профессор Э.Б. Мельникова относит к ювенальной юстиции преимущественно и даже почти исключительно специализированные судебные органы (правда, не только в виде отдельной системы судов, но и в виде судебных присутствий или коллегий в рамках судов общей юрисдикции), хотя и отмечает в некоторых своих работах, что модернизация ювенальной юстиции включает и появление административных органов, альтернативных ювенальным судам (причем отметим, такие административные органы рассматриваются не сами по себе, а как альтернатива судам)⁷.

«Социальное сиротство» – как явление обусловлено уклонением или устранением от выполнения родительских обязанностей по отношению к ребенку. Социальные сироты – это дети, родители которых умерли, лишены родительских прав, ограничены в родительских правах, признаны недееспособными, больны, длительно отсутствуют, уклоняются от воспитания детей или защиты их прав и интересов, в том числе отказываются взять своих детей из воспитательных, лечебных или иных учреждений, а также иные случаи отсутствия родительского попечения. Сюда также относят детей, родители которых не лишены родительских прав, но фактически не осуществляют какой-либо заботы о своих детях [3, 10, 13].

Реформирование общества в значительной степени обострило социальные проблемы, что в первую очередь сказалось на наиболее уязвимых его категориях. Несовершеннолетние наиболее болезненно переживают последствия глубоких перемен в сфере нравственных ценностей и социальных ролей, они в большей степени, чем взрослые, испытывают трудности в деятельности, общении и самоопределении, что осложняет их личностное развитие в социуме [3, 5, 7].

Родительский дом и семья являются гарантами стабильности и надежности в изменчивом мире. Однако в современных условиях многие семьи не смогли адаптироваться и сформировать защитные механизмы. Снизился воспитательный потенциал, ухудшился нравственно-психологический климат в семейной сфере и обществе в целом. Отчуждение родителей от детей, нарастание процессов деформации семьи, разрушение нравственно-этических норм, социальных связей, обострение криминогенной ситуации, ухудшение здоровья детского населения, недостаточное финансирование социальной сферы – все это привело к снижению уровня защищенности детей и подростков. [3, 4, 6]

⁷ См.: Мельникова, Э.Б. Ювенальная юстиция : Учеб. пособие для студентов юридических вузов / Э.Б. Мельникова // ИГП РАН.- М., 1999.

Кризисное состояние общества, привело к резкому падению уровня материального и нравственного благополучия семьи, вызывая рост количества сирот при живых родителях, – так называемых «**социальных сирот**». Сироты при живых родителях [3, 10].

Хотя «социальное сиротство» – это проблема всего общества и сиротство является социологическим термином, оно не имеет адекватного закрепления в праве. А это, в свою очередь, влечет существенные расхождения в оценке распространенности этого явления. Явление социального сиротства получило широкое распространение в последние годы. Если раньше сиротой считался ребенок, оставшийся без родителей, то теперь так называют тех, кто при живых мамах и папах лишен родительской заботы. Это, происходит вследствие социальных, экономических и морально-психологических причин и, к сожалению, на страже детства чаще всего становится *ювенальная юстиция*⁸.

Ювенологией (или также *ювентологией*, *юнологией*) уже достаточно часто называют «**науку о юношестве, молодежи**», производя этот термин из сочетания латинского слова *juventilis* – молодость и греческого *logos* – учение. Основание для создания новой науки (или научной дисциплины) со всей определенностью сформулировал один из ее активных сторонников В.В. Павловский: «Стихийно идущий в различных научных дисциплинах процесс накопления разнопредметных знаний о молодежи в конечном итоге не позволяет получить обобщения такого уровня, в которых нуждается общество, не позволяет добиться эффективного практического и прогностического применения имеющихся знаний, даже когда в этом есть повышенная потребность».⁹ Можно к этому добавить, что выдвигание идеи о создании ювенологии – одна из попыток преодоления теоретической сложности изучения молодежи как комплексного объекта исследований. Согласно позиции, разделяемой представителями ювенологии (В.Д. Ермаков, М.З. Ильчиков, Вал. Луков, Э.Б. Мельникова, Е.Г. Слуцкий), она представляет собой новую научную парадигму, в основе которой лежит интегративное направление: системное междисциплинарное исследование подрастающего поколения в широком спектре взаимосвязей с окружающей средой. *Ювенология* в такой трактовке «*аккумулирует и синтезирует знания о становлении молодого поколения, процессах формирования зрелой личности, накопленные, осмысленные и обобщенные многими известными учеными и научными школами, а также дисциплинами, которые обладают уже достаточно высоким уровнем институционализации*».¹⁰

По мнению А.Ю. Нестерова (2013) «**Ювенальная юстиция**» – представляет собой, прежде всего это организации институциональной системы защиты конституционных прав, свобод и интересов несовершеннолетних граждан, а также призвана способствовать динамическому снижению (профилактике) правонарушений в подростковой среде.¹¹

Сегодня практически во всех регионах РФ, созданы кадетские школы-интернаты, школы-интернаты с первоначальной летной подготовкой, центры муниципальных попечительских округов на базе детских домов, детские дома-школы; негосударственные учреждения для детей-сирот; пансионаты, детские дома и приюты религиозных, других общественных организаций, детские деревни-SOS и др., что свидетельствует о прогрессивной *социализации* детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей в условиях ювенальной институализации (как, на региональных и муниципальных уровнях) [12].

⁸ См.: Нестеров, А.Ю. Ювенальная юстиция как признак гуманизма современного российского законодательства (социологический аспект) [Текст] / А.Ю. Нестеров // Человеческий капитал. № 12'2012 (48). - М., 2012. - С.141–152.

⁹ См.: Павловский, В.В. «Ювентология: проект интегративной науки о молодежи». –М.: Академический проект, 2001. –304 с.; Луков, Вал. А. Ювенология: проблемы становления теории молодежи. // Вестник международной академии наук (русская секция). - 2007 - 2. – С.66-69.

¹⁰ См.: Слуцкий, Е.Г. Основы ювенологии: Опыт комплексного междисциплинарного исследования / Науч. ред. Е.Г. Слуцкий; Отв. ред. И.В. Скомарцева. 2-е изд., испр. и доп. СПб.: БИС-принт, 2002.

¹¹ См.: Нестеров, А.Ю., Шкундина, А.Г. Оптимизация российского законодательства в сфере защиты конституционных прав и гарантий детей-сирот. [Текст] / А.Ю. Нестеров, А.Г. Шкундина // "Человеческий капитал" № 1'2013 (49) / Под ред. ак. РАН В.И. Жукова. - М., 2013. - С.120.

Интернатное (воспитательное) учреждение для детей-сирот, как социально-педагогический институт не только предоставляет ребенку кров, тепло, еду, он обеспечивает ему качественное изменение жизни, отношений с миром, окружающими людьми.

Муниципальные образовательные учреждения для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей Новокузнецка Кемеровской области, всегда оставляли ту большую ответственность за воспитанников-сирот, которую возложило на них общество, и всегда ощущали потребность в налажении контактов между интернатным учреждением и учреждениями, организациями разных форм собственности, по возможности укрепляли эту связь.

Социализация детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей в ювенальной институализации (на муниципальном уровне), является актуальной социально-педагогической проблемой ювенологии. Дети-сироты в силу их особого социального статуса часто более подвержены негативному воздействию общественных процессов, таких, как апатия, потребительское отношение к жизни, асоциальное поведение, наркотизация и т.д. Среди многих проблем вхождения в жизнь общества для детей-сирот доминируют неумение жить самостоятельно, строить свою семью.

Большинство выпускников-сирот муниципальных интернатных учреждений (г. Новокузнецк) *не могут успешно адаптироваться* в жизни, не в состоянии решить многие проблемы, с которыми им приходится сталкиваться ежедневно без поддержки взрослых. Они испытывают большие трудности с устройством на работу, получением жилья, обустройством своего быта, составлением и соблюдением бюджета, отстаиванием своих юридических прав. Проблемы социально-психологического характера чаще определяются недостатком родительской ласки и любви. Этот фактор, как известно, накладывает отпечаток на весь дальнейший период формирования личности и становится причиной эмоциональной холодности, агрессивности и в то же время повышенной уязвимости детей-сирот [12].

В развитие ст. 123 Семейного кодекса РФ,¹² допускающей иные формы жизнеустройства детей, находящихся в трудной жизненной ситуации, были приняты Примерные положения о *специализированных учреждениях для несовершеннолетних, нуждающихся в социальной реабилитации*, утвержденные постановлением Правительства Российской Федерации 27.11.2000 № 896.

В 1990-е гг. столетия в России стала развиваться система приютов. Для оперативного временного предоставления «убежища» детям, лишившимся родительского попечения, с 1993 г. в каждом субъекте Российской Федерации открываются специализированные учреждения социальной реабилитации детей и подростков.

Например, «Берег надежды» является специализированное учреждение системы социальной защиты населения администрации г. Новокузнецка Кемеровской области. В приюте «Берег надежды» г. Новокузнецка находятся 128 детей от 3–17-летнего возраста. Пребывание в социальном приюте носит временный характер, т.е. до тех пор, пока совместно органы опеки и попечительства не найдут оптимального варианта дальнейшего жизнеустройства ребенка. В 2009 г. 61,4% детей из социального приюта были направлены в детские дома и школы – интернаты Новокузнецка. Детский приемник-распределитель Новокузнецка переполнен, установленный законом предельный месячный срок устройства детей, оказавшихся без попечения родителей, не соблюдается (например, 37% детей находились в приюте от 6 месяцев до 1 года). Такая ситуация подталкивает органы местного самоуправления, с одной стороны, к строительству новых интернатных учреждений, а с другой – к поиску более совершенных форм устройства детей-сирот.

По статистическим данным научной литературы, сегодня в России действует более 300 приютов. Только в рамках Президентской программы «Дети России» в стране было открыто около 200 учреждений этого типа¹³.

¹² См.: Семейный кодекс РФ (СК РФ). Статья 123. Устройство детей, оставшихся без попечения родителей. [Семейный кодекс РФ] [Глава 18] [Статья 123].

¹³ См.: Шерстнева, Н.С. Опека и попечительство как форма воспитания несовершеннолетних // Семейное и жилищное право, 2007, № 2.

В России существует два типа специализированных учреждений – приютов: *первый* приют общего типа (открытый приют) основан на принципе добровольности. Ребенок сам определяет время своего пребывания в приюте. Состав и возраст детей, находящихся в приюте общего типа, набор предоставляемых (по желанию ребенка) консультацией определяется организаторами конкретного приюта, и *второй* приют диагностического типа является местом круглосуточного пребывания ребенка с соответствующими целями. Такой приют, в основном рассчитан на детей, недавно оставшихся без попечения родителей, либо на детей из кризисных семей, на детей, сбегающих из интернатных учреждений. Основной задачей приюта данного типа является диагностика наличной ситуации, в которой находится ребенок, и определение его дальнейшей судьбы. В подобные приюты ребенка чаще всего определяют органы опеки, социальные работники, специалисты интернатных учреждений.

Выпускник-сирота, выходящий из стен госучреждения, уже входит в «группу риска». Ему сложнее адаптироваться в социуме, у него нет опыта внутрисемейной жизни, и шансов, что он создаст полноценную семью, толком не зная, что делает мама или папа, у него очень мало. Когда-нибудь и у нас, как на Западе, детские дома останутся в прошлом – во всяком случае, *реабилитационные центры* для несовершеннолетних (приюты) несут в себе и борются именно за эту идею.

В Кузбассе, как и во многих субъектах РФ, функционируют социальные гостиницы (для подростков-сирот). В условиях интернатных учреждений, бывает очень сложно сформировать необходимые социальные навыки у подростков, так как они находятся на полном государственном обеспечении. Кроме того, у многих подростков остро стоит проблема с жильем, которую не удастся решить к моменту выпуска из интернатного учреждения. Социальная гостиница служит необходимым промежуточным звеном между *интернатным учреждением и самостоятельной жизнью* подростка-сироты, назначение ее – не только предоставить подростку временное жилье, но и сформировать у него социальные навыки, необходимые для дальнейшей самостоятельной жизни [12].

Инновационные процессы в образовательных учреждениях для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей, позволяют активизировать как внутренние, структурно-организационные основы их деятельности, так и внешние – привлечение внимания всего общества к проблемам таких детей.

Осмысление эффективности инновационных процессов расширяет границы их использования. Они помогают обогатить содержание деятельности как новых, так и действующих образовательных учреждениях для детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей.

Возникшие несколько лет назад специализированные учреждения направили свои усилия на социальную реабилитацию, медицинскую специализированную помощь и достигли в этом значительных успехов. Образовательным учреждениям необходимо налаживать с ними взаимоотношения и совместную деятельность.

На создание новых учреждений социальной поддержки семьи и детей, центров профилактики жестокого обращения с детьми в семье, на активную политику церкви в отношении детей, нуждающихся в помощи, учреждения образования (детские дома, школы-интернаты) должны реагировать адекватно, потому что именно взаимодействие учреждений разного типа, направленных на социальную защиту детей, способствует организации целостных социальных инфраструктур охраны и защиты прав детей.

В настоящее время во всех интернатных учреждениях разрабатываются и реализуются программы подготовки воспитанников к самостоятельной жизни, позволяющие им преодолевать трудности социализации, расширять границы собственного пространства жизнедеятельности, а также программы, направленные на самоопределение и овладение полоролевым поведением.¹⁴

¹⁴ См.: Касьянова, Н.Н. Полоролевая социализация подростков в учреждениях интернатного типа : Дис. ... канд. пед. наук : 13.00.01 : Орел, 2002. - 210 с.

Подготовка к самостоятельной жизни детей-сирот ориентирована прежде всего на преодоление противоречия между коллективной формой жизни в условиях учреждения и индивидуальным характером жизни за его пределами.¹⁵

Современное муниципальное казенное образовательное учреждение для детей-сирот (в рамках ювенологии) является важным компонент государственной структуры, который вместе со всеми общественными структурами ответственен за развитие и воспитание осиротевших детей. Открытость образовательной системы интернатных учреждений г. Новокузнецка Кемеровской области, ориентация на социализацию личности воспитанников-сирот предполагают большую роль внешней среды как необходимого компонента, обеспечивающего создание оптимальных условий для развития воспитанников-сирот и их обеспечения *бесконфликтной интеграции* в современное общество [14].

Кроме того, принятие Конвенции ООН «О правах ребенка» (1990) [1], федеральных законов о реализации прав детей продвинули наше общество к новому уровню понимания прав детей и создания условий для их реализации. Среди основополагающих прав ребенка-сироты на первом месте стоит право жить и воспитываться в семье. Именно этого права лишены дети, воспитывающиеся в образовательных учреждениях для детей-сирот. Создать условия для его реализации и этим детям – задача реформирования системы ювенальных образовательных учреждений.

Инновацией в социальном партнерстве стало патронирование групп воспитанников-сирот МКОУ «Детского дома-школы № 74» предприятиями и организациями города: НОО Союз офицерского запаса, Учебный центр № 2 ГУВД Кемеровской области, Кадетский корпус МЧС, Воинская часть № 8726 (отдельный батальон ВВ), Совет ветеранов войны и труда, Военная кафедра ФГБОУ ВПО «СибГИУ», Управление образования и науки администрации центрального района г. Новокузнецка, ФГБОУ ВПО «КузГПА», Дом детского творчества им. Н.К. Крупской, СК «Кузнецких Металлургов», МКОУ «Дом-детства № 95», частные предприниматели. Каждая группа имеет старших друзей, общение с которыми помогает воспитанникам – сиротам, повышает мотивацию, качество обучения для получения профессионального, педагогического, военного образования или приобретения профессии, востребованной на рынке труда. Повышение профессионализма педагогов – ГОУ ВПО «КузГПА», МАОУ ДПО «ИПК».

МКОУ «Детский дом № 5» на протяжении многих лет осуществляет взаимодействие с учреждениями культуры, спорта, дополнительного образования города для организации досуговой деятельности воспитанников-сирот, которая способствует творческому развитию подростков, расцвета их способностей, расширения диапазона интересов, гуманизации мыслей, чувств и поступков.

Выполнению в полном объеме мероприятий по социализации подростков-сирот, а также физическому развитию, способствовала консолидация сил комитета по физической культуре и спорту, комитета по делам молодежи, управления культуры и управления здравоохранения администрации г. Новокузнецка Кемеровской области. Воспитанники интернатных учреждений города посещают каток детской спортивной школы «Металлург» для проведения соревнований и отдыха, лыжные базы в поселках Сосновка и Садопарк, принимают активное участие в спортивных соревнованиях по настольному теннису, соревнованиях по многоборью «Шиповка юных».

Влияя на содержание и методику социально-педагогической деятельности других муниципальных казенных образовательных учреждений для детей-сирот и общественных формирований, задавая социально-педагогически обоснованную программу их деятельности, интернатное учреждение тем самым как бы поворачивает весь потенциал социума на решение конкретных задач. Таким образом, каждое интернатное учреждение г. Новокузнецка Кемеровской области в рамках социального партнерства, предусматривает создание адекватной организационно-управленческой структуры, *предлагающей*:

- развитие творческих, духовно-нравственных качеств, физическое развитие, правовую культуру у воспитанников-сирот;

¹⁵ См.: Тростанецкая, Г. Социальные сироты в нашем обществе // Социальная педагогика. – 2004. - №4. – С.3-8.

- ориентацию на семью как своеобразный фокус концентрации внимания всех государственно-общественных институтов с целью приведения в движение и полноценного использования образовательно-воспитательного потенциала;
- реализацию межведомственного подхода в содержании и организации деятельности государственно-общественных институтов образования и воспитания; перераспределение материально-технических ресурсов, финансовых средств, кадровых возможностей профессионально-воспитательных, образовательных и других институтов общества.

В рамках *ювенальной институционализации* социализации подростков-сирот условно можно выделить следующие направления:

- развитие индивидуальности и становление идентичности –помощь в преодолении кризиса идентичности, формирование индивидуальной линии жизни (прошлое, настоящее, будущее);
- выработка индивидуальной жизненной стратегии, предоставление возможностей и условий для самопознания (как психологических, так и физических качеств, умений, навыков и т.п.);
- овладение структурой деятельности и профориентационная подготовка –формирование навыков постановки целей, выбора средств для ее достижения, планирования, оценки результатов;
- формирование представлений о будущей профессии, профессиональные пробы, помощь в профессиональном самоопределении;
- формирование устойчивых интересов, представлений о необходимости труда в жизни человека, воспитание трудолюбия, развитие работоспособности.¹⁶

Важными условиями подготовки к самостоятельной жизни воспитанников-сирот в ювенальной институционализации на муниципальном уровне *являются это, прежде всего:*

- создание развивающей среды и социально-адаптивной системы образования;
- коррекционно-развивающая работа с детьми, которая включает раннюю социальную адаптацию, т.е. создание условий, приближенных к домашним, например, как:
- развитие личности ребенка с максимальным использованием его реабилитационного потенциала и компенсаторных возможностей;
- коррекцию интеллектуальных и когнитивно-эмоциональных процессов;
- формирование навыков общения;
- интеграцию в общество на правах полноценных членов;
- предоставление опыта самостоятельного проживания до выпуска из интернатного учреждения (создание «квартир», где воспитанники-сироты получили бы возможность жить совершенно самостоятельно в течение некоторого времени);
- пролонгированный характер сопровождения. Важно участие воспитателей в жизненном становлении воспитанников-сирот после их выпуска из интернатного учреждения. Главным средством *социализации* воспитанников-сирот является разнообразная по содержанию, формам, способам организации деятельность сирот как в группах в самом муниципальном интернатном учреждении, так и вне его [3, 5, 8, 11].

¹⁶ См.: Дементьева, И.Ф. Дети, нуждающиеся в государственной помощи и поддержке // Социальная педагогика.- 2003. №3. – С.69-72.

Интересным и новаторским для нашей страны можно считать опыт создания реабилитационного пространства (поддерживающей среды) в рамках всего города с целью постинтернатной адаптации выпускников сиротских учреждений, особенно детей, имеющих отклонения в развитии. Расширяется сотрудничество педагогических коллективов с научными лабораториями по решению проблем сирот, имеющих проблемы в обучении и развитии, осуществляется подготовка и переподготовка кадров на качественно новом уровне с учетом требований новой практики и потребностей детей.¹⁷

В интернатных учреждениях сегодня проводится серьезная работа по формированию у воспитанников-сирот интереса к сельскохозяйственному труду и ведению фермерского хозяйства (например, Сыктывкарская Агрошкола-интернат им. А.А. Католикова для детей-сирот г. Сыктывкар, МКОУ «Дом детства – школа №95» г. Новокузнецк).

На протяжении нескольких лет в рамках проекта «Внедрение современных методов оздоровления детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей», в образовательных учреждениях реализуется технология «За здоровый образ жизни» (МКОУ «Дом детства № 95»), что позволило улучшить общее состояние здоровья воспитанников, снизить соматическую заболеваемость, увеличить число детей, относящихся к первой группе здоровья.

Успешно реализуются проекты: «Семья»; «Организация и внедрение непрерывной системы духовно-нравственного воспитания и образования в условиях детского дома-школы», (МКОУ «Дом детства № 95» г. Новокузнецк); «Кадетская школа как средство социализации детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей», (МКОУ «Детский дом № 74» г. Новокузнецк), позволяющий сформировать у каждого выпускника качества высокоинтеллектуальной, нравственно и физически здоровой личности.

В сиротских учреждениях разрабатываются индикативные показатели уровня развития воспитанников, реализуется проект «Формирование ценности семьи у воспитанников детского дома», (МКОУ «Детский дом» № 5 г. Новокузнецк). Таким образом, создаются все условия для беспрепятственной интеграции воспитанников-сирот интернатных учреждений и домашних детей путем совместного участия в работе клубов, кружков, спортивных объединений¹⁸.

В настоящее время проблемы подготовки воспитанников-сирот муниципальных казенных образовательных учреждений к самостоятельной жизни стали решаться социальными службами, введенными в состав органов опеки и попечительства и государственных (негосударственных) интернатных учреждений. В частности, в штатное расписание школ-интернатов, детских домов системы образования, детских домов-интернатов системы социальной защиты введены должности заместителя директора по социальной работе, социального педагога, педагога-психолога (психолога) и др.

Начали создаваться государственные и общественные структуры помощи детям-сиротам, покидающим интернатные учреждения. Это своего рода система ювенальной институализации, осуществляющая социальную помощь и постинтернатную адаптацию выпускникам МКОУ. Общественные организации помогают детям-инвалидам, в том числе сиротам, выпускникам МКОУ, детям с отклонениями в развитии и выпускникам-инвалидам. Создаваемые в основном специалистами (учеными, педагогами, врачами, социальными работниками), эти организации помогают выпускникам в вопросах трудоустройства, обеспечения жильем, организации лечения, отдыха, оказывают им материальную поддержку, при необходимости предоставляют юридическую помощь.

Самый распространенный тип программы, предусмотренный уставом общественной или благотворительной организации, – создание центра (учреждения, службы), с помощью которого решаются проблемы выпускников детских домов и интернатов.

Большое распространение получила организация при детских домах и школах-интернатах (МКОУ для детей-сирот) *социальных гостиниц* для временного проживания выпускников, обеспечения их

¹⁷ См.: Там же. – С.70.

¹⁸ См.: Нестеров, А.Ю. Инновационные процессы в деятельности современных муниципальных образовательных учреждений для детей-сирот и детей, оставшихся без крова. [Текст] / А.Ю. Нестеров // Ученые записки РГСУ. – 2010. – № 9'2010 (85). – С.192–196.

питанием, медицинским обслуживанием, психологической и коррекционной помощью. Жизнедеятельность в социальной гостинице построена на принципе полного самообслуживания, что позволяет подростку развивать навыки самостоятельной жизни.

Таким образом, проанализировав ювенальный аспект в сфере социализации адаптации детей-сирот, воспитывающихся в интернатных учреждениях (на муниципальном уровне).

Мы, попытаемся дать следующие определение – **«Ювенальная институализация»** – это **система государственных (негосударственных) образовательных (воспитательных) учреждений, иных государственных и муниципальных органов (законодательной, судебной и исполнительной) власти, ориентированная на социализацию, социальную адаптацию, а также на решение проблем детей-сирот и подростков, оставшихся в трудной жизненной ситуации.**

Литература

- 1 Конвенция ООН «О правах ребенка» // Институт "Открытое общество". – М., 2001. – 44 с.
- 2 Конституция РФ от 12.12.1993. // «Российская газета» № 237 от 25.12.1993.
- 3 Азоркин С.Г., Нестеров А.Ю. Особенности социализации детей-сирот в муниципальных интернатных учреждениях (г. Новокузнецк) [Текст] / С.Г. Азоркин, А.Ю. Нестеров // «Человеческий капитал» № 5'2011 (29) / Под ред. ак. РАН В.И. Жукова. – М., 2011. – С.188-192.
- 4 Брутман В.И., Северный А.А. Некоторые современные тенденции социальной защиты детей-сирот и вопросы профилактики «социального сиротства» // Социальное и душевное здоровье ребенка и семьи: защита, помощь, возвращение в жизнь. – М., 1998. – С.10-19.
- 5 Дементьева И.Ф. Социальное сиротство: генезис и профилактика // И.Ф. Дементьева.- М.: ГосНИИ семьи и воспитания, 2000. – 48 с.
- 6 Ефименко А.П. Основные направления реформирования законодательства РФ в сфере защиты прав детей-сирот и детей, оставшихся без попечения родителей // Проект Тасис «Партнерство в Российской Федерации». – июнь, 2002 г.
- 7 Жизнеустройство детей, находящихся в трудной жизненной ситуации: Методические рекомендации / В.В. Беляков, И.А. Бобылева, О.В. Заводилкина, Н.П. Иванова // Под общей ред. Н.П. Ивановой. – М.: ГосНИИ семьи и воспитания, 2004. – 128 с.
- 8 Кон И.С. Социология личности. – М.: Издательство политической литературы, 1967. – С.110-235.
- 9 Кочкина Л.С. Подготовка детей-сирот к жизненному и профессиональному самоопределению в условиях дома детства: дисс... кандидата педагогических наук: 13.00.01.- Москва, 1998. – 184 с.
- 10 Кузнецова Л.В. Социальные стереотипы восприятия выпускников детских домов // Социологические исследования. – 2003. – №11. – С.3-21.
- 11 Кундозерова Л.И. Педагогические основы формирования профессионального самоопределения детей-сирот как средства их социальной защиты: дисс... доктора педагогических наук: 13.00.01. – М., 1999. – 347с.
- 12 Нестеров А.Ю. Специфика процесса социализации детей-сирот в системе муниципальных интернатных учреждений (на примере Кемеровской области): Автореф. дис... канд. социол. наук. – М., 2013. – 31 с.
- 13 Олиференко Л.Я. Социально-педагогическая поддержка детей группы риска: учеб. пособие / Л.Я. Олиференко, Т.И. Шульга, И.Ф. Дементьева. – 3-е изд., испр. и доп. – М.: Академия, 2008. – 247 с.
- 14 Пичугина Г.Н. Социальное партнерство как способ создания оптимальных условий для развития. // «Муниципальная система образования: современные проблемы и тенденции развития» / Под ред. проф. М.В. Артюхова. – Новокузнецк. Изд-во МОУ ДПО ИПК, 2006. – С.51-54.

Т.А. Пакина
ТРУДОВЫЕ ЦЕННОСТИ И УСТАНОВКИ СОВРЕМЕННОЙ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ
(ПО МАТЕРИАЛАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)¹⁹

ПАКИНА Татьяна Александровна – директор Центра обеспечения грантовой политики Нижегородского государственного педагогического университета им. К. Минина. E-mail: Ta_pakina@mail.ru

Трудовые установки и ценности являются значимыми компонентами трудового поведения. Процесс их формирования носит комплексный характер и продолжается в течение значительного временного периода, первоначальным этапом которого является формирование базовых ценностей в семье и встраивания труда в систему общечеловеческих ценностей и ориентаций. Именно в семье, в процессе трудовой социализации закладывается фундамент личности, в том числе, модели будущего трудового поведения и ценности труда.

Прикладная составляющая нашей работы выполнена на основе исследования потенциала семьи в трансляции трудовых ценностей подрастающему поколению. Изложенное в работе исследование базируется на анализе данных, полученных в ходе анкетного социологического опроса, проведенного в мае-октябре 2013 года. В конструировании выборки применялся многоступенчатый отбор: на первом этапе использовался кластерный отбор – таким образом, было отобрано два нижегородских вуза (Нижегородский государственный лингвистический университет (НГЛУ) и Нижегородский государственный педагогический университет (НГПУ)) по два факультета в каждом, в рамках кластеров (направлений обучения и академических групп студентов) – сплошной отбор.

Студенческая молодежь 18–25 лет – исследовательская целевая группа – составила 250 человек, из них 28,5% мужчин и 71,5% женщин. Подобное гендерное соотношение респондентов обусловлено более высоким образовательным уровнем женщин: согласно данным RLMS HSE²⁰ на 2012 г., в вузах страны обучается 39% мужчин и 61% женщин. Кроме того, специфика направлений подготовки, предлагаемых высшими учебными учреждениями, в которых проводилось анкетирование (НГПУ и НГЛУ), такова, что количество женщин, получающих по ним образование, традиционно выше количества мужчин.

В рамках проекта изучались ценностные ориентации и трудовые установки студентов. Респондентам было предложено оценить, насколько значимыми для них являются следующие ценности: «престижная работа», «высокий доход», «возможность самореализации», «интересная работа», «общественно-полезный труд», «семейное благополучие», «здоровье», для чего студентам было предложено расположить по рангу от 1 до 7 базовые ценности, при этом ранг 1 присваивался наиболее важному значению, 7 – наименее важному. Полученные результаты отражены в Таблице 1.

Ключевые ценности студентов расположились следующим образом: на первом месте стоит семейное благополучие – 41,6 и 25,4% опрошенных студентов поставили данную ценность на первое и второе по значимости места соответственно (табл. 2). На втором месте по важности для респондентов располагается здоровье – его выбрали в качестве главной составляющей жизненного благополучия 25,5% (ранг 1) и 23% (ранг 2). Примечательно, что довольно высоким оказалось количество студентов, присвоивших более низкий ранг данной позиции – рангами 5 и 6 обозначили ценность здоровья 14,7% и 11,8% студентов соответственно. По мнению авторов, данный факт говорит о том, что для значительной доли молодых людей не характерно серьезное отношение к собственному здоровью:

¹⁹ Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ в рамках научно-исследовательского проекта «Роль семьи в формировании трудовых установок студенческой молодежи» (проект № 13-03-00442).

²⁰ «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения НИУ-ВШЭ (RLMS-HSE)», проводимый Национальным исследовательским университетом – Высшей школой экономики и ЗАО «Демоскоп» при участии Центра народонаселения Университета Северной Каролины в Чапел Хилле и Института социологии РАН. (Сайт обследования RLMS-HSE: <http://www.hse.ru/rlms>).

благодаря молодости и жизненной силе молодежь меньше людей старшего возраста подвержена заболеваниям и беспокойству по поводу здоровья. На первый план у молодых людей выходят иные ценности с очень близкими средними ранговыми значениями: интересная работа (ранг 3), высокий доход (ранг 4) и возможность самореализации (ранг 5). Значимость интересной работы оценивают очень высоко более 75% респондентов: ранг 1 присвоили данному параметру 11,3% респондентов, ранг 2 – 17,2%, ранг 3 – 27,5% и ранг 4 – 19,6% опрошенных студентов. Действительно, молодость – пора вхождения и закрепления на рынке труда: получения качественного образования, интересной профессии и реализации в выбранной сфере деятельности.

Таблица 1 «Основные ценности студентов (по рангу)»

Основные ценности студентов	Ранг	Средний ранг
Семейное благополучие	1	2,4
Здоровье	2	3,2
Интересная работа	3	3,4
Высокий доход	4	3,9
Возможность самореализации	5	4,1
Престижная работа	6	4,5
Общественно-полезный труд	7	6,2

Еще одним вызовом и маркером независимости, самостоятельности, подтверждением собственных способностей становится для молодежи высокий доход (средний ранг 3,9): на второе место по важности доход поставили 12,4% респондентов, на третье – 21,4%, на четвертое и пятое места – 19,4% и 22,9% соответственно. С очень небольшой разницей по значимости для студенчества стоит самореализация (средний ранг 4,1) – именно эта составляющая жизненного успеха является особенно важной для образованной молодежи – креативной, стремящейся к личностному росту и развитию, применению своих способностей, творческого и профессионального потенциала и получаемого в вузе образования.

Необходимость высокого престижа работы также отмечает достаточное количество респондентов (средний ранг 4,5): для 12,5% престижная работа располагается на первом и втором месте в структуре жизненных ценностей, 14,9% респондентов ставят престижность работы на 3 место по значимости, 20,4% – на 4-е, 18,9% – на 5-е место.

Таблица 2 «Основные ценности студентов, в%»

Ценности студентов	Присвоенные ранги (в%)						
	1	2	3	4	5	6	7
Семейное благополучие	41,6	25,4	10,0	6,7	4,8	8,6	2,9
Здоровье	25,5	23,0	11,3	9,3	14,7	11,8	4,4
Интересная работа	11,3	17,2	27,5	19,6	13,7	8,3	2,5
Высокий доход	8,0	12,4	21,4	19,4	22,9	12,9	3,0
Возможность самореализации	12,2	14,1	9,8	15,6	20,0	23,9	4,4
Престижная работа	6,5	6,0	14,9	20,4	18,9	20,4	12,4
Общественно-полезный труд	1,5	1,5	5,4	6,4	4,4	11,8	69,0
Итого:	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

И, наконец, общественно-полезный труд, значение которого было столь велико в советский период развития России, в настоящее время теряет былую позицию и по важности в жизни студентов стоит на последнем, седьмом месте. Лишь менее 7% респондентов поставили общественно-полезный труд на одну из первых трех ступеней в иерархии жизненных ценностей. Более 80% ставит очень низко ценность общественно-полезного труда, при этом значимость и важность труда как такового молодежью признаются – но труд расценивается как индивидуальная активность личности, направленная на реализацию интересов, профессиональных навыков и способностей студентов, а также на достижение высокого уровня материального благосостояния. Труд как общее благо, его общественная ценность респондентами не рассматривается.

В рамках исследования был проведен анализ осведомленности студентов о будущей профессии. Результаты анализа представлены в Таблице 3. В рамках проекта выявлено, что студенты в основном хорошо знают о содержании будущей работы, о требованиях, предъявляемых к молодым специалистам работой по выбранной профессии и о необходимых для выполнения данной работы способностях (более 80% студентов отметили свою осведомленность по данным категориям). В меньшей степени они осведомлены о возможностях служебного продвижения и о предполагаемых размерах заработной платы по выбранной специальности (66,8% и 54,4% соответственно).

Таблица 3 «Знания студентов о будущей профессии, в%»

Знания студентов о будущей профессии	знаю	не знаю	затрудняюсь ответить
Знаю о требованиях, предъявляемых работой по выбранной специальности	80,3	3,1	16,6
Знаю о своих способностях, необходимых для работы по данной специальности	80,3	3,9	15,7
Знаю, в чем состоит работа по выбранной специальности	86,9	3,1	10,0
Знаю о возможностях служебного продвижения по данной специальности	66,8	11,8	21,4
Знаю примерный размер заработной платы за данную работу	50,4	21,1	28,5

По отношению к будущей профессии ответы студентов распределились следующим образом (Таблица 4): лишь 10% опрошенных считают выбранную профессию своим призванием, большинству респондентов (69,1%) профессия кажется интересной и возможной для будущего трудоустройства, 13,5% студентов оценили отношение к выбранной профессии как нейтральное, и 6,6% будущая специальность не интересна.

Корреляции между отношением к будущей профессии и полом, а также с возрастом респондентов не выявлено, но есть тесная связь с курсом обучения (Таблица 4). На первом и втором курсе наблюдаем наиболее сильный интерес к выбранной профессии: 10% и 3,6% считают будущую профессию своим призванием, 75,7% и 82,1% – интересной и достойной того, чтобы связать с ней дальнейшую жизнь. Едва поступив в университет, студенты полны оптимизма и интереса к выбранной специальности, с опытом этот интерес трансформируется, переосмысливается. Третий курс демонстрирует пик неудовлетворенности выбранным направлением обучения: 38,5% респондентов безразлично относятся к профессии и 7,7% опрошенных профессия не интересна. На четвертом и пятом курсах происходит переоценка своих профессиональных достижений и навыков, значительная часть студентов уже пробует себя в профессиональной деятельности, трудоустраиваясь на временные или постоянные работы. В связи с этим, ответы в большей мере поляризуются: растет число тех, кому не интересна будущая профессия (10,7% студентов выпускного курса), одновременно наблюдается противоположная тенденция – возвращение интереса к выбранной специальности (14,3%

четверокурсников считают будущую профессию своим призванием, 64,3% говорят об интересе к ней, на 5 курсе – 71,4%).

Таблица 4 «Отношение студентов различных курсов к выбранной профессии, в%»

Отношение к выбранной профессии	Курс обучения					Итого
	первый	второй	третий	четвертый	пятый	
считаю профессию своим призванием	10,0	3,6	15,4	14,3	0,0	10,1
профессия интересна, возможно, свяжу с ней свою жизнь	75,7	82,1	38,5	64,3	71,4	69,5
нейтральное	7,1	10,7	38,5	15,5	17,9	13,7
профессия не интересна	7,1	3,6	7,7	6,0	10,7	6,7
Итого	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

С будущей профессиональной деятельностью связаны планы и амбиции студентов, не случайно респонденты предъявляют высокие требования к выбранной профессии (Таблица 5). Наиболее важными для студентов составляющими труда здесь оказываются: возможность заниматься любимым делом (70,3% респондентов отметили это требование к будущей профессии как очень важное), видеть результаты своей работы (69,4%). Первоочередная значимость данных характеристик трудовой деятельности говорит о том, что содержательная компонента труда является доминирующей для современной молодежи. В числе других значимых содержательных характеристик труда оказались также следующие требования: применять свои способности в рамках будущей профессии (61%), постоянно совершенствовать свои навыки по специальности (57,6%). Достаточно высоко респонденты оценивают также творческую составляющую труда: важность постоянного самосовершенствования отмечают 46,3%, творческой работы – 42,8% студентов. Кроме перечисленных содержательных требований к будущей профессии, можно выделить следующие: возможность жить спокойной и обеспеченной жизнью (61,7%) и высокий заработок (59%). Нужно отметить, что малозначимыми для студентов оказались такие характеристики труда, как польза работы для общества и людей (около 38%), уважение знакомых и друзей (26,1%) и высокое положение в обществе (22,1%). Это подтверждает доминирование индивидуалистических установок современной молодежи в сфере труда, отсутствие ориентации на значимых других, на социум. В числе незначимых характеристик оказались работа непосредственно по полученной в вузе специальности (10%) и легкая работа (5%), что говорит о том, что студенты готовы работать с увлечением и самоотдачей, но не обязательно по выбранной специальности.

В рамках исследования был проведен факторный анализ значимых характеристик работы (метод выделения – метод главных компонент, вращение – Варимакс с нормализацией Кайзера, полная объясненная дисперсия факторной модели составила 67%). Таким образом, было выделено 7 факторов, обуславливающих требования к будущей профессии: «творчество», «общественная полезность», «положение в обществе», «достижение», «саморазвитие», «прагматизм» и «профессионализм». Фактор «Творчество» включает следующие компоненты: стремление к творческому труду, к применению своих способностей, желание заниматься любимым делом и при этом иметь возможность свободного использования рабочего времени. В фактор «общественная полезность» труда вошли стремление в работе приносить пользу людям и обществу. Третий фактор – «положение в обществе»: коммуникация с людьми, уважение и высокий социальный статус. Фактор «достижение» состоит из карьерного роста и работы на достижение результата. «Саморазвитие» включает желание самосовершенствоваться, совершенствование своих навыков по специальности, самореализацию и готовность к сложной, упорной работе. Фактор «Прагматизм» состоит из хорошего заработка и стремления к спокойной и обеспеченной жизни. И, наконец, фактор «профессионализма» включает направленность на работу

непосредственно по полученной в вузе специальности, верность выбранной профессии, которая понимается как призвание, дело жизни.

Таблица 5 «Представления респондентов о том, какие возможности должна предоставлять работа, в%»

Работа должна предоставлять возможность...	варианты ответов			
	очень важно	скорее важно	скорее не важно	не важно
Постоянно самосовершенствоваться	46,3	49,8	3,9	0,0
Совершенствовать свои навыки по специальности	57,6	40,6	1,7	0,0
Хорошо зарабатывать	59,0	37,4	2,3	1,4
Заслужить уважение знакомых и друзей	26,1	49,5	21,6	2,7
Жить спокойной и обеспеченной жизнью	61,7	35,1	2,3	0,9
Добиваться высокого положения в обществе	22,1	45,0	29,3	3,6
Общаться с людьми	42,3	41,9	14,4	1,4
Быть полезным обществу	37,4	46,8	12,2	3,6
Продвижения, служебного роста	50,5	41,9	5,9	1,8
Заниматься легкой работой	5,0	25,3	48,4	21,3
Работать непосредственно по полученной в вузе специальности	10,0	36,2	35,7	18,1
Заниматься любимым делом	70,3	27,9	0,9	0,9
Видеть результаты своей работы	69,4	28,8	1,4	0,5
Свободного использования рабочего времени	27,1	55,7	14,9	2,3
Быть полезным людям	38,3	46,8	10,8	4,1
Работать творчески	42,8	33,6	20,5	3,1
Применять свои способности	61,0	36,0	3,1	0,0

На профессиональный выбор молодых людей оказывают влияние различные значимые личности, референтные группы и жизненные события. В связи с этим еще одним фокусом исследовательского интереса стала оценка влияния различных лиц на выбор профессии студентами. Полученные результаты представлены в Таблице 6.

Таблица 6 «Влияние различных лиц на выбор профессии студентов, в%»

Субъекты влияния на профессиональный выбор студентов	Влияние на профессиональный выбор, в%	
	повлиял	не повлиял
отец	55,8	44,2
мать	69,6	30,4
другие члены семьи	33,5	66,5
встречи с интересными людьми	0,4	99,6
учителя	27,7	72,3
друзья	28,6	71,4
СМИ	1,8	98,2
профконсультант	16,1	83,9
собственный опыт трудовой деятельности	0,4	99,6

Результаты исследования подтверждают, что традиционно на профессиональный выбор наибольшее воздействие имеет семья: влияние матери отметили 69,6% респондентов, отца – 55,8%, других членов семьи – 33,5%. Немаловажную роль в выборе профессии играют также друзья (28,6%) и

школьные учителя (27,7%). Интересно, что 16,1% респондентов указали, что на их профессиональный выбор оказал влияние профконсультант. В данном вопросе были выявлены значительные гендерные различия: так, юноши в большей степени, чем девушки, отмечают влияние отца на выбор профессии (59,4% юношей и 54,7% девушек соответственно). Девушки, напротив, чаще указывают, что на их профессиональный выбор значительно повлияла мать (65,6% юношей и 71,1% девушек) или другие члены семьи (28,1% юношей и 35,8% девушек). Также выяснилось, что учителя оказывают большее влияние на юношей, чем на девушек (37,5% и 23,9% соответственно). Обратная ситуация наблюдается в области профессионального консультирования: девушки в 18,2% случаев отметили влияние данного фактора на выбор профессии, юноши – в 10,9%.

В рамках анкетного опроса была обнаружена закономерность: чем более близкими являются отношения в семье, тем выше степень влияния родителей или других членов семьи на профессиональный выбор студентов: студенты с очень близкими отношениями отметили влияние матери на выбор профессии в 76,6% случаев, отца – в 64% случаев. На выбор профессии респондентов, у которых сложились доверительные отношения в семье, в 63,2% случаев повлияла мать, в 52,6 – отец. Студенты, отметившие нейтральный и конфликтный характер отношений, демонстрируют значительно меньшую степень участия родителей в своем профессиональном выборе (мать – 57,1% и 50%, отец – 28,6% и 0% соответственно).

Следует отметить также, что чем ближе отношения с родителями, тем выше степень воздействия и других членов семьи на профессиональный выбор студентов: респонденты с очень близкими и доверительными отношениями отметили их влияние в 34%, а с нейтральными отношениями – только в 14,3% случаев. Формы подобного влияния – это в основном личный пример, выполнение домашних обязанностей, совместная трудовая деятельность, реже – принуждение.

Итак, в рамках проведенного исследования была выявлена структура базовых ценностей современного студенчества, в которой значимое место занимают ценности труда. Ранжирование основных ценностных ориентаций у современных студентов остается вполне традиционным: первое место по значимости занимает семейное благополучие, на втором оказывается здоровье и на третьем, с чуть меньшим средним рангом, – интересная работа. Высокий доход, возможности самореализации и престижность труда также широко востребованы современной молодежью, и ранговый разрыв между ними очень мал. При анализе анкетных данных произведена оценка роли семьи в профессиональной социализации студентов, выявлена корреляция между степенью воздействия членов семьи на трудовую социализацию молодежи и гендерными, психологическими и другими характеристиками респондентов. Определены основные (заниматься любимым делом, видеть результаты своей работы, применять свои способности, получать высокий доход и жить спокойной и обеспеченной жизнью) и факультативные пожелания к будущей работе. В числе необязательных требований, предъявляемых молодыми людьми к выбранной профессии, оказалось желание заниматься легкой работой, работать непосредственно по полученной в вузе специальности и добиваться высокого положения в обществе. Работа для сегодняшних студентов – это сфера реализации профессиональных и личностных интересов, приложения своих знаний и умений, позволяющая при этом хорошо зарабатывать и жить полноценной жизнью. В настоящее время сильна индивидуалистическая компонента труда (труд как самореализация), а востребованная в советское время его социальная роль (общественная значимость, признание и уважение, статус в социальной иерархии) оказываются на аутсайдерских позициях. Процедура проведенного факторного анализа позволила определить основные факторы, предопределяющие выбор будущей профессии: «творчество», «общественная полезность», «положение в обществе», «достижение», «саморазвитие», «прагматизм» и «профессионализм».

В.П. Серикова
СОЗДАНИЕ КАДРОВОГО РЕЗЕРВА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ
НА ОСНОВЕ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ТРАДИЦИЙ

СЕРИКОВА Вероника Петровна – аспирант СГА, специалист по организации исследований ВЦИОМ. E-mail: veronika-kaldare@yandex.ru.

Проблемы современного российского высшего образования, как и других сфер общества, заключаются, главным образом, в неэффективном управлении. Этого можно избежать, если следовать правилу – системой образования должны управлять те люди, которые компетентны, патриотичны и заинтересованы в ее развитии. Достичь этой цели можно с помощью правильной профессиональной подготовки управленческих кадров, основанной на традиционном отечественном опыте.

Для анализа отечественных традиций в системе управления образованием был проведен ретроспективный анализ.

Например, в XIX веке в России в системе управления образованием, как правило, не было случайных людей. И, как известно, Россия была ведущей мировой державой. Примером служил Московский Императрицы Екатерины II кадетский корпус. Военно-учебное заведение Российской Империи, одним из директоров которого являлся Перский М. С. После 14 лет службы в кадетском корпусе он был назначен директором.

Из воспоминаний современников: «... Директор считал своим долгом досконально знать любой предмет, который преподавали в корпусе»²¹; «... у Перского была и доблесть, которую мы, дети, считали своею, т.е. нашею, кадетскою, потому что Михаил Степанович Перский был воспитанник нашего кадетского корпуса и в лице своем олицетворял для нас дух и предания кадетства»²².

Такие отзывы говорят о том, что управленец отображал дух учебного заведения, ни один из подчиненных или учеников не мог усомниться в его профессиональной деятельности. Именно таких кандидатов продвигали на вышестоящие должности – преданных своему делу.

В советский период прописывались четкие нормы квалификационных требований и характера образования руководителя: высшее техническое или инженерно-экономическое образование и стаж работы на руководящих должностях в соответствующей профилю предприятия отрасли народного хозяйства не менее 5 лет²³.

Сегодняшняя кадровая политика, как свидетельствует практика, не обременена квалификационными нормативами. Практика такого формирования структур управления социально опасна. Этот факт доказывают примеры из других сфер общества. Так, Государственная Дума Федерального собрания РФ, депутаты которой представлены спортсменами, артистами, карьеристами за последнее время принимает абсурдные, отвергаемые социальной практикой законы.

²¹ Посмертные записки Алексея Алексеевича Одинцова // Русская старина. – 1889. - № 11. – С.308.

²² Лесков Н.С. Кадетский монастырь: повесть и рассказы / Н.С. Лесков; [сост., вступ. ст. и коммент. В.Ю. Троицкого]; худож. А.Милованов. – М.: «Детская литература», 2012. – 268 с. (это С.200)

²³ Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих / Гос.ком. СССР по труду и социалистическим вопросам. М.: Экономика, 1989. – С.35.

Российские традиции социального управления высшим образованием
необходимые для перенесения в современную систему образования

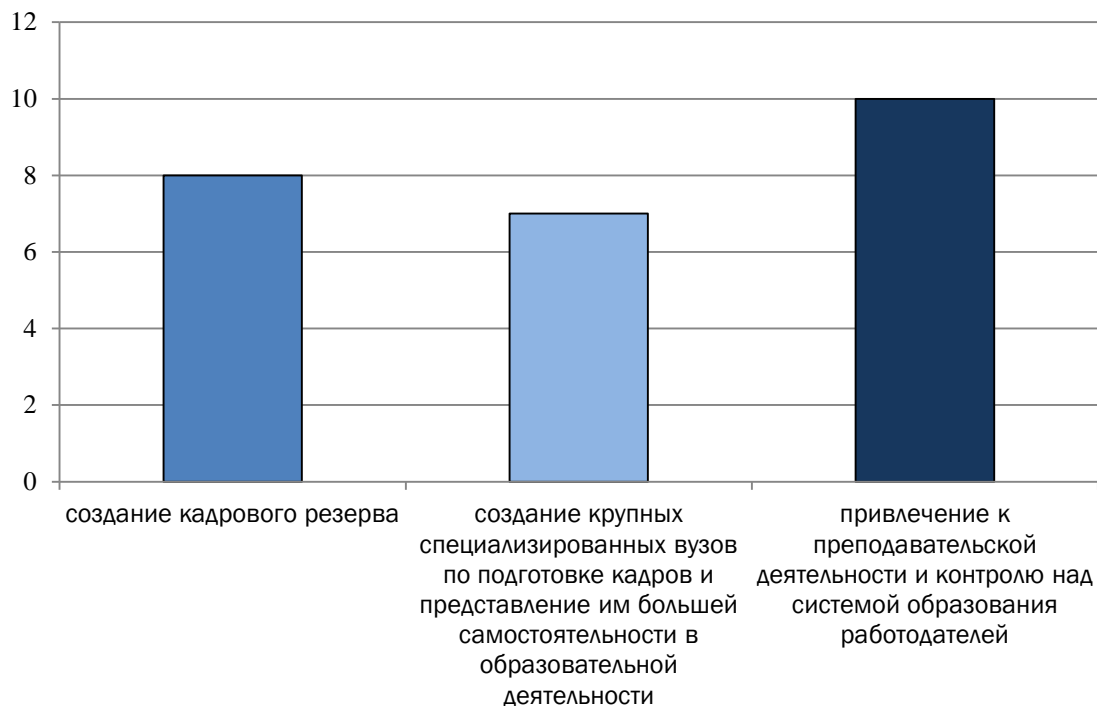


Рисунок 1 – Результаты экспертного опроса на тему российских традиций в системе управления образованием

Назначения в структуры управления Министерства обороны РФ налоговиков, предпринимателей, друзей и родственников, по сути, привело к значительному снижению уровня военной безопасности страны. Поэтому для того, чтобы происходил неслучайный отбор кадров – необходимо планирование кадрового резерва, без него невозможно эффективное управление высшим образованием. Как показал экспертный опрос, большинство экспертов предложили создание кадрового резерва, ссылаясь на то, что эту часть российской традиции социального управления образованием необходимо вернуть (см. Таблица №1).

Функционирование кадрового резерва должно осуществляться с помощью такой структуры, как центр планирования кадрового резерва. Цель данного центра – выдвижение на управленческие должности в системе управления образованием наиболее достойных кандидатов. При этом, подготовка кадров должна основываться на традиционнo российских методах.

Итоги исследования показали, что за основу формирования методов подготовки кадрового резерва необходимо взять традиционнo российский подход (см. Таблица № 2).

Традиционно российские методы подготовки кадрового резерва,
которые можно применить на сегодняшний момент

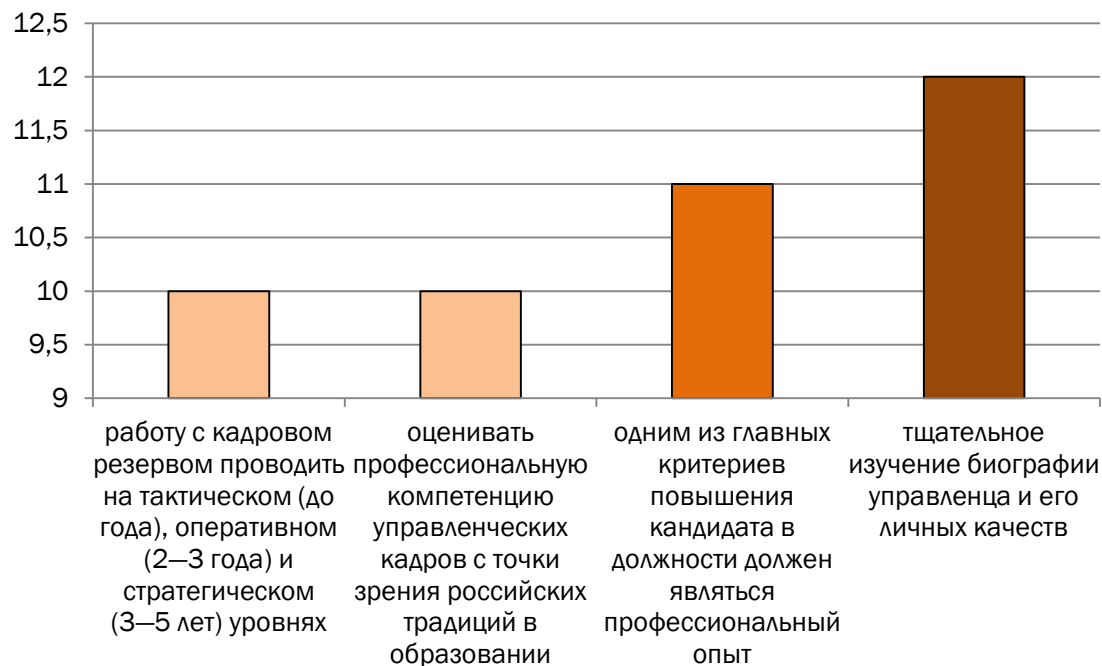


Рисунок 2 – Результаты экспертного опроса на тему кадрового резерва в системе управления образования

Важно, чтобы кадровый резерв формировался по принципам профессиональной подготовленности кандидатов и его компетенций.

Результаты социальной практики доказывают, что существует следующая проблема подготовки кадров – командный способ в управлении образованием оказался неэффективным, сдерживающий развитие. Причина этого заключается, главным образом, в решающем праве подбора кадров назначенным руководителем. Подобная система не может быть эффективна, т.к. кандидату необходимо пройти все этапы подготовки до вступления в должность управленца. Случайного повышения и внезапного взлета карьеры быть не должно. В этой связи в департаментах образования необходимо создавать отделы, которые бы осуществляли оценку работы каждого управленца, рекомендовали наиболее лучших на вышестоящие должности.

Такой опыт работы с кадровым резервом был в советское время. В образовании осуществлялись научное прогнозирование, точное целеполагание и планирование кадрового резерва, строгий контроль над состоянием работы с ним. Известно, что ни одно назначение в СССР на ответственную должность в любой сфере не осуществлялось без предварительного согласования и одобрения кандидатуры в соответствующих партийных комитетах.

В результате, в системе управления образованием, не было случайных людей. С этой целью в 1956 году было принято специальное Постановление ЦК КПСС «О мерах по дальнейшему улучшению подготовки руководящих партийных и советских кадров»²⁴, где были представлены показатели оценки уровня компетенции необходимые для управленца. К сожалению, в настоящее время подобной нормативной правовой базы, регламентирующей кадровую политику в российской образовательной практике, нет.

Исходя из советского опыта формирования систем управления, работу центра планирования

²⁴ Справочник партийного работника, вып.8.- М.: Политиздат,1968, с.309.

кадрового резерва системы управления образованием следует осуществлять в следующей последовательности:

- 1 Изучение и обобщение опыта лучших образовательных организаций.
- 2 Оценка и определение аттестационной комиссией качества работников, достигших лучших результатов.
- 3 Ходатайство перед руководителем о принятии решения о включении кандидата в резерв на выдвижение.
- 4 Организация дополнительной подготовки кандидатов на тактическом, оперативном и стратегическом уровнях.

Как свидетельствуют эксперты, знающие советский и зарубежный опыт, работу с резервом управленцев в системе высшего образования необходимо вести на тактическом уровне (до года), оперативном (2 –3 года) и стратегическом (3 –5 лет).

Для эффективной подготовки кандидата на управленческую должность важно пройти все уровни подготовки.

На тактическом уровне необходимо оценивать профессиональные компетенции кандидатов на выдвижение на управленческие должности.

Как показывают результаты экспертного опроса, способности, знания, умения и навыки (профессиональные компетенции) могут подразделяться на группы:

- 1 Когнитивные знания систем управления образованием:
 - владение технологией алгоритма разработки, принятия и реализации решения;
 - знание передового отечественного и зарубежного опыта управления образованием;
 - умение применить передовой опыт в профессиональной деятельности.
- 2 Межличностные:
 - выдержка;
 - терпимость;
 - бесконфликтность.
- 3 Системные:
 - расширенный кругозор;
 - умение логично мыслить;
 - наличие навыков применения новаторских идей.

На оперативном уровне (2 –3 года) предполагается непосредственно организовать специализированную подготовку кандидата на планируемую должность. На данном уровне кандидату дают дополнительные знания, при этом рассматривают его перспективность с точки зрения компетенций.

Стратегический уровень (3 –5 лет) предполагает осуществление планирования подготовки кадров, учитывая варианты развития событий в стране. Задача стратегического уровня – подготовить кадры, необходимые стране.

Для этой цели необходимо:

- организация ежегодных научно-практических конференций на данную тему по всей стране (для выявления наиболее острых проблем в системе управления образованием);
- вести ежегодную отчетность в высших учебных заведениях по всем выпускающимся специальностям;
- государственная ежегодная отчетность по рынку труда в стране и формирование, в зависимости от этого, необходимых рабочих мест в стране.

Также, помимо планируемой текущей ситуации в стране – необходимо рассматривать варианты

ее развития (с учетом нарушения геополитической, экономической, социальной, экологической обстановки и другое). Этот вариант стратегического планирования важен для того, чтобы кадровая потребность в стране была всегда пополнена, несмотря на незапланированные обстоятельства.

Подготовка кадров не должна носить спонтанный характер. Это важно особенно в нестабильный период. Поэтому создание кадрового резерва в системе управления образованием на основе российских традиций, поддерживаемый экспертами в области образования, необходим.

Литература

- 1 Посмертные записки Алексея Алексеевича Одинцова // Русская старина. – 1889. – № 11.
- 2 Лесков Н.С. Кадетский монастырь: повесть и рассказы / Н.С. Лесков; [сост., вступ. ст. и коммент. В.Ю. Троицкого]; худож. А.Милованов. – М.: «Детская литература», 2012.
- 3 Квалификационный справочник должностей руководителей, специалистов и служащих / Гос.ком. СССР по труду и социалистическим вопросам. М.: Экономика, 1989.
- 4 Справочник партийного работника, вып.8.- М.: Политиздат,1968.

П.Е. Сушко

СОВРЕМЕННАЯ СЕЛЬСКАЯ МОЛОДЕЖЬ: МЕХАНИЗМЫ САМОРЕАЛИЗАЦИИ

Сушко Павел Евгеньевич – аспирант Института социологии РАН, младший научный сотрудник Центра исследования социальной структуры и социального расслоения. E-mail: sushkope@mail.ru

Отсутствие видимых перспектив в поиске постоянной и оплачиваемой работы, в создании благоприятных социально-бытовых условий, в приобретении благоустроенного жилья, в успешной самореализации индивидов, детерминировало отток из сельской местности наиболее активной, квалифицированной и целеустремленной части населения, что, по сути, привело к значительным изменениям в социальной структуре села, к углублению социальной дифференциации, расслоению сельского общества.

Молодежь на селе оказалась лишенной как старого механизма государственной поддержки в процессе социализации, так и новых стимулов, диктуемых рыночной экономикой и определяющих разнообразие позитивных путей интеграции в общество. Вследствие чего, сельская молодежь, отличаясь более ограниченными стартовыми условиями социальной и профессиональной мобильности, более ранним вовлечением в продуктивную производственную деятельность, вынуждена практически «вслепую» осуществлять поиск необходимых механизмов самореализации и продвижения по социальной лестнице, полагаясь в значительной степени лишь на собственные силы.

Иначе говоря, социально-экономическая ситуация, сложившаяся в провинциальной России, свидетельствует об актуальности анализа процессов, происходящих в молодежной среде для практики социального управления. Эти проблемы требуют глубокого анализа, поскольку затрагивают не только интересы отдельной личности, но проецируются на изменение структуры производительных сил общества и социальной структуры в целом. Именно поэтому важно понимать масштабы и интенсивность социальных перемещений сельских молодых людей, иметь четкое представление о существующих факторах и каналах социальной мобильности, институтах, определяющих ее потоки и направленность, различных практиках молодежи, порождаемых такими передвижениями во всех измерениях социальной системы.

В связи с особой актуальностью рассматриваемой проблемы автором был проведен опрос представителей сельской молодежи Краснодарского края с помощью такого качественного метода, как глубинное интервью. Цель прикладного социологического исследования состояла в выявлении и анализе факторов, влияющих на социальную мобильность и трудовую самореализацию сельской молодежи. Отбор респондентов, участвующих в исследовании, проводился по технике «снежный ком», всего в исследовании приняли участие 10 человек, представителей сельской молодежи в возрасте от 17

до 30 лет. Наличие разных возрастных групп среди информантов оказывается актуальным при анализе текстов интервью, поскольку они находятся на разных этапах трудовой самореализации. С учетом этого респонденты были разделены на 2 возрастные группы: 1) 17–24 лет (6 человек), 2) 25–30 лет (4 человека). В первую группу вошли молодые люди обучающихся в учебных заведениях и находящихся в поиске постоянной работы, во вторую группу – уже определившиеся с выбором работы и в основном имеющие специальность. Исследование проводилось в марте-апреле 2013 г.

Если оценивать стартовые возможности и установки в сфере трудовой деятельности, то в рассказах многих респондентов проявляется мнение о том, что изначально большинство сельской молодежи не имеет достаточных для успешной самореализации исходных позиций, никакого социального и материального капитала, который гарантировал бы ей успех и достижительность. Т.е. сельская молодежь, по мнению респондентов, в большинстве своем имеет «низкий старт» или не имеет его вовсе.

«С оптимизмом смотрят в жизнь только те, у кого есть возможность открыть свое дело или пойти учиться дальше, или работать по специальности, или создать семью» (Евгений, 25 лет).

«Для тех, у кого за спиной есть престижное образование, обеспеченная семья, перспективные связи родителей, переход во взрослую жизнь происходит незаметно, чего нельзя сказать об основной массе молодых, у которых нет таких возможностей» (Ольга, 22 года).

«В числе причин неуверенного вступления молодежи в самостоятельную жизнь – отсутствие хорошей работы (даже если есть образование), недостаток средств, проблемы с жильем... Выживаем в таких условиях, существуем» (Евгений, 25 лет).

Сельская молодежь в определенной степени дифференцирована, имеет различные стартовые условия для жизни; на это влияет отдаленность села от места получения образования, кризисное состояние производственной и социальной сфер, что ограничивает стартовые возможности сельских молодых людей.

«У нас в селе пределом мечтаний была девочка, которая уехала в Краснодар и стала манекенщицей. И все хотели бы подняться так, как она. А учиться почти никто не хочет, потому что не верят, что можно поступить без денег. А у нас все практически без работы. Так случайными заработками перебиваются» (Инна, 26 лет).

«Без денег в город – это только в Магнит, продавцом. Там кстати почти все сельские жители и работают» (Андрей, 23 года).

Современные молодые люди, живущие на селе, надеются в жизни, прежде всего на себя и своих родителей. Выбор образования, профессии, места жительства сельская молодежь осуществляет, исходя из собственных возможностей, реальной ситуации, возможностей родителей, не столько надеясь на государство, сколько на собственные силы.

Значимым условием для успешной самореализации сельской молодежи является миграция, причем не обязательно в город, хотя этот путь является оптимальным и наилучшим с точки зрения респондентов. В качестве условия успешного трудоустройства рассматривается переезд в районный центр, в ближайший город, а в лучшем случае – в Краснодар.

И все-таки определенная часть молодых людей хотела бы остаться в селе, трудиться на земле, но отсутствие рабочих мест, низкая оплата труда, невысокий уровень социально-бытовых условий заставляют молодых людей уезжать в города. В числе причин – отсутствие перспектив, рабочих мест и, соответственно, стабильного заработка.

В условиях современной рыночной экономики существует возможность открыть свое дело на селе. Несмотря на то, что е. желающие заняться такого рода бизнесом, не все имеют стартовый капитал. Условия, при которых молодежное предпринимательство возможно, участники исследования определили следующим образом: если есть определенные знания; если поставить такую цель и получить возможность приобрести стартовый капитал; если у молодых есть состоятельные родители, которые могут помочь своим детям.

Большая часть молодежи села стремится к получению профессии, но к выбору не всегда подходит осмысленно и с учетом перспектив. Наибольшее влияние на выбор сельскими молодыми

людьми профессии оказывают реальные условия жизни. И среди них – доступность поступления, близость учебного заведения от дома, возможность найти работу по этой профессии, спрос на эту профессию.

Сельская молодежь, как и городская, стремится использовать открывшиеся в условиях рынка большие возможности в образовании, в карьерном росте, в получении новых профессий, в модной одежде, в путешествиях, понимая, что реализовать эти потребности она может только в городе. В нынешней среде сельской молодежи имеются группы социально активных молодых людей, стремящихся действовать, чтобы занять определенное место в жизни.

Немногочисленная социально пассивная часть молодежи не желает и не видит возможности противостоять жизненным трудностям. Для молодежи этих групп характерны различные модели поведения (трудовое, экономическое, социальное, общественное, досуговое, репродуктивное). Большинство молодых людей хотят быть самостоятельными, желают не зависеть от родителей в материальном плане самостоятельно зарабатывать деньги, чего-то добиться в жизни. Сельская молодежь составляет значительную часть безработных на селе.

Подводя итоги сказанному, можно отметить, что сельская молодежь испытывает существенные трудности в сфере трудовой самореализации. Причины этих проблем связаны с рядом объективных и субъективных условий. Социальное и профессиональное становление современной сельской молодежи проходит в условиях нестабильной работы агропредприятий, кризисного состояния производственной и социальной сфер села, системной деградации сельского социума, при этом молодежь предъявляет завышенные требования к условиям и оплате труда, нежелание самореализовываться в сельскохозяйственной сфере, в выборе профессий и специальностей исходит из личных предпочтений и возможностей, а не из реальных потребностей рынка труда.

Условия жизни порождают в молодежной среде социальную пассивность (из-за невозможности что-либо изменить), безответственность за происходящее рядом, безынициативность и безразличие. В результате социально пассивная часть молодежи, проживающей на селе, не стремится получить какое-либо профессиональное образование, ведет социально-пассивный образ жизни, перебиваясь временной работой или случайными заработками. Имеется на селе группа безработной молодежи, занимающейся воровством, мошенничеством, пьянством, попадающая под влияние асоциальных элементов.

А.Т. Толубаева, Н.В. Корж

**ИССЛЕДОВАНИЕ МНЕНИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ О ЦЕННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ
ДЛЯ УСПЕШНОЙ ТРУДОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ
СТУДЕНТОВ ПОВОЛЖЬЯ)**

ТОЛУБАЕВА Людмила Тимофеевна – Пензенский государственный университет, доцент кафедры «Социология и управление персоналом», канд. филос. наук, доц. E-mail: tltg@mail.ru

КОРЖ Наталья Владимировна – Пензенский государственный университет, ст. препод. кафедры «Социология и управление персоналом», канд. социол. наук, E-mail: natalya.korzh@mail.ru

По мере дальнейшего формирования в России информационного общества, в котором в качестве важной производительной силой становятся знания, все большее значение для успешной модернизации страны приобретает образовательный уровень ее населения. На современном этапе меняются экономические, социальные, политические, технические и другие условия функционирования российского общества. В связи с этим представляется важным изучение общественного мнения самих россиян об изменяющихся условиях их жизни. Особое значение приобретает изучение общественного мнения студентов о жизненных перспективах, в частности о влиянии образования на их успешную трудовую деятельность в будущем. Позицию студенческой молодежи трудно переоценить, так как она представляет собой социально-демографическую группу общества, которая выделяется на основе

возрастных характеристик, особенностей социального положения, специфических психологических и культурных свойств, обусловленных уровнем социально-экономического, культурного развития, а также особенностями социализации в обществе.

Исследование мнения студенческой молодежи о роли и значимости образования для выбора жизненных стратегий представляет большой интерес также потому, что именно студенческая молодежь – наиболее динамичный и социально перспективный слой общества, его стратегический ресурс. Но при этом, по мнению социологов, на выбор жизненных стратегий молодых людей, их представлений об успехе и путях его достижения воздействует множество факторов. Процесс формирования жизненных стратегий молодых людей осложняется наличием постоянных преобразований в обществе, спецификой восприятия студентами новых социально-экономических, культурных и политических условий [1].

Статус молодежи взаимосвязан с процессами ее самореализации в профессиональной сфере, а социально-профессиональные установки определяют профессиональный и трудовой выбор личности, от которого во многом зависит как она будет социализироваться в профессиональной жизни. Сегодня молодому поколению важно приспособиться к новым социально-экономическим условиям. Одним из факторов удачного вхождения в трудовую жизнь является образовательный уровень человека, так как он может помочь быстрой профессиональной карьере [2, 3]. Молодежь, получая высшее образование, преследует такие мотивы, как возможность удачно трудоустроиться, добиться профессионального роста, статуса в обществе и т.д. В связи с этим выбор в качестве объекта высказывания общественного мнения о роли образования в трудовой деятельности студенческой молодежи представляет собою общественный интерес.

С целью изучения ценностных установок студенческой молодежи, в частности исследования мнения студентов о ценности образования для успешной трудовой деятельности, в период 2012 – 2013 г.г. группой ученых Пензенского государственного университета в рамках гранта РГНФ было проведено социологическое исследование среди студентов Поволжья, в городах: Пенза, Уфа, Казань, Саранск. Всего было опрошено 1042 респондента, из них: 292 студента вузов г. Пензы, 346 – г. Уфы, 200 – г. Казани, 204 студента вузов г. Саранска.

В рамках проведенного исследования респондентам предлагалось высказать свое мнение относительно того, насколько необходимо соответствующее образование в современной жизни. 53% студентов, из числа опрошенных, твердо уверены, что для успешной реализации себя в современной жизни самым важным является получение хорошего образования, так как оно играет основную роль в успешном трудоустройстве, в решении жизненно важных вопросов. Мнение студентов о том, что образование выступает в качестве значимой ценности для решения жизненно важных вопросов, совпадает с мнением многих россиян, которые видят в образовании важнейший ресурс, резко увеличивающий социальную мобильность личности и ее конкурентоспособность на рынке труда. Однако нельзя не отметить, что нередко в отношении к высшему образованию среди студенческой молодежи можно встретить сугубо прагматический, меркантильный подход. Так исследования показали, что значительная часть студенческой молодежи не согласна с мнением, что образование является значимым ресурсом, способствующим возможности получить престижную работу, подняться по карьерной лестнице, в целом осуществлять успешную трудовую деятельность. Так считают 37% респондентов, а 7% студентов вообще затруднились высказать свое отношение к этому вопросу. Наличие такого мнения в студенческой среде дает возможность предполагать, что представления молодых людей о высшем профессиональном образовании, специальностях и рынке труда нередко оторваны от реальности, поэтому процесс принятия решений о выборе специальности у молодежи часто бывает продиктован приоритетом внешних статусных ценностей, слабым знанием своих способностей и возможностей. В результате молодые люди ориентируются на профессии, закрепившиеся в обществе как «современные», «престижные», «высокооплачиваемые», «властные». Будущие специалисты делают выбор не специальности, а образа профессии, а точнее образа того какой социальный статус они приобретут, и какую модель желаемого будущего построят. Будущая специальность видится ими как инструмент формирования этого будущего. Анализ данных, проведенного социологического

исследования, позволил определить, как расставляют перед собой приоритеты студенты, обучающиеся по различным профилям специальности (рисунок 1).

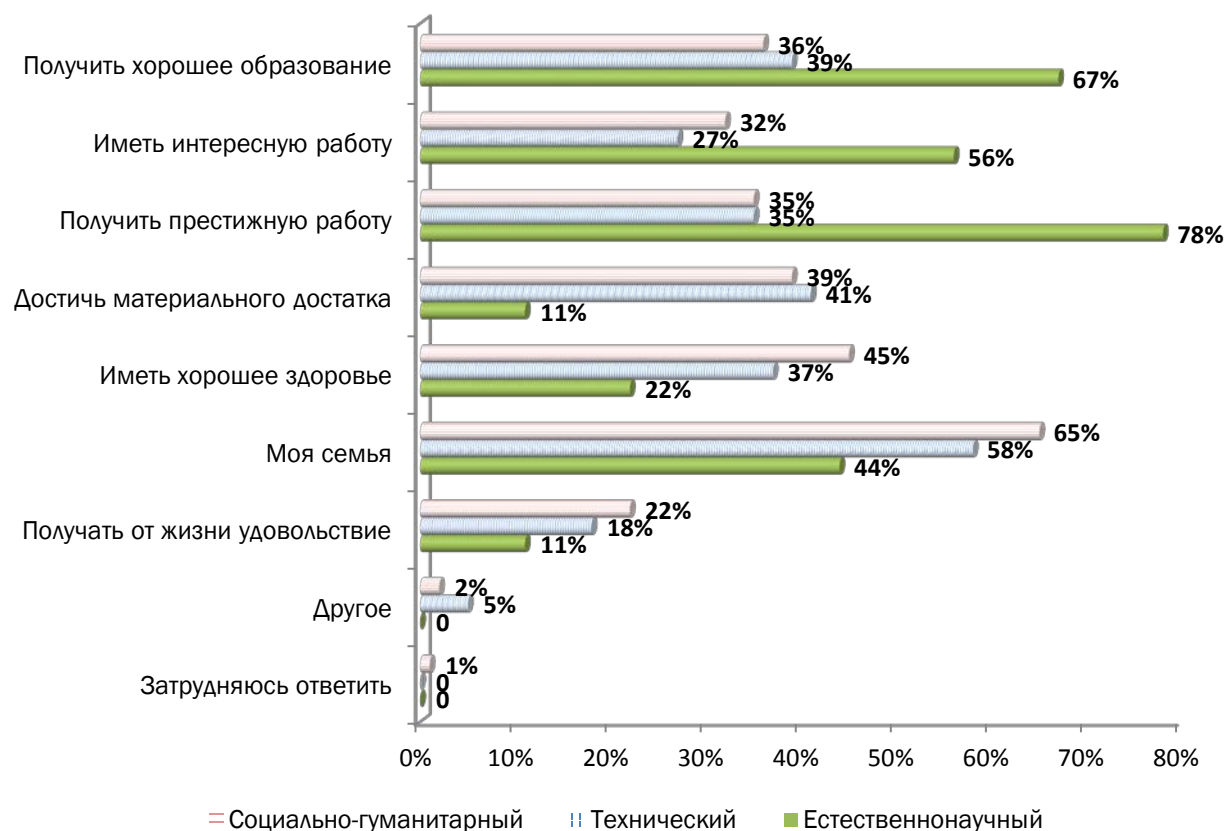


Рисунок 1 – Распределение ответов на вопрос: «Что для Вас лично наиболее важное в жизни?» в зависимости от профиля специальности (в% от числа опрошенных, n=1042)

Примечание: Ответы на вопрос предполагали многовариантность, поэтому общее количество ответов превышает 100%.

Для студентов естественнонаучного профиля наиболее важным является возможность трудоустроиться на престижную работу (78%), в отличие от студентов социально-гуманитарных (35%) и технических специальностей (35%), которые располагают данную ценность только на пятом ранговом месте. Престиж места работы, а также самой трудовой деятельности предполагает оценку ее привлекательности, которая формируется в общественном сознании. Ориентируясь на такую оценку, молодые люди желают занять определенную нишу в социальной структуре общества. Именно поэтому студенты естественнонаучных специальностей для достижения поставленных целей хотели бы получить хорошее образование (67%), которое давало бы возможность трудиться не только на престижной работе, но и заниматься интересным для них видом деятельности (56%). Для юношей и девушек, обучающихся по техническим специальностям, кроме семьи (58%) и материального достатка (41%), хорошее образование также играет важную роль (39%). Студенты социально-гуманитарного профиля, в первую очередь, ценят свою семью (65%), здоровье (45%) и материальный достаток (39%), и только потом образование (36%).

Таким образом, исследование мнения студенческой молодежи о ценности образования для успешной трудовой деятельности показали, что большинство студентов, делая целенаправленный выбор специальности, воспринимают ее как потребность в самореализации в определенной сфере

профессиональной деятельности, которую можно осуществить только при наличии хорошего образования. Молодежь прагматически старается выбирать ту специальность, в которой нуждаются различные сферы экономики. Вместе с тем, нередко процесс принятия решений о выборе специальности у молодых людей часто бывает продиктован приоритетом внешних статусных ценностей, слабым знанием своих способностей и возможностей, поэтому делается выбор не специальности, а образа профессии.

Литература

- 1 Петренко, Е.С. Ценность высшего образования. Мнения представителей семей, в которых есть дети, о важности высшего образования. Опрос фонда Общественное мнение/ Е. С. Петренко, Е. Г. Галицкая, И. А. Шмерлина // Вопросы образования. – 2010. – № 2.
- 2 Чередниченко, Г.А. Образовательные траектории и профессиональные карьеры (на материалах социологических исследований молодежи)/ Г. А. Чередниченко. – М.: ИС РАН, 2012.
- 3 Шилова, Л.С. Образ успеха и жизненные стратегии молодежи / Л. С. Шилова / [Электронный ресурс]. – [Режим доступа]: http://www.isras.ru/files/File/Publication/Obraz_uspeha_Schilova, свободный.

В.С. Харченко

СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ И ПРЕДСТАВЛЕНИЕ ОБ УСПЕХЕ РОССИЙСКИХ ФРИЛАНСЕРОВ

ХАРЧЕНКО Вера Сергеевна – магистр социально-экономического образования, ассистент кафедры теоретической и прикладной социологии УрГПУ. E-mail: verakharchenko@yandex.ru

На сегодняшний день накоплен опыт изучения фрилансеров как социальной общности и фриланса как модели занятости (см. работы Д. Стребкова, А. Шевчука и др.). Исследования также доказывают, что свободные занятые являются работниками с особыми трудовыми ценностями и представлением об успешности в работе, которые связаны с спецификой трудовых отношений, нестабильной и рискованной занятостью в фрилансе. Определение успешности в собственной «системе координат» влияет на решение фрилансера сохранять статус «свободного» занятого, а оценка социального самочувствия также позволяет объяснить, почему люди выбирают рискованную занятость. Успешность в фрилансе и оценка социального самочувствия фрилансеров являются взаимосвязанными показателями, определяющими не только смысловое содержание, которые вкладывают фрилансеры в «работу», но и их стиль жизни.

Проблематика успеха в фрилансе тесно связана с определением социального самочувствия фрилансеров, т.е. описанием характеристик «реализации жизненной стратегии личности, отношения к окружающей действительности, субъективных ее сторон»²⁵. Л.Е. Петрова определяет социальное самочувствие как синдром сознания, отражающий соотношение между уровнем притязаний и степенью удовлетворения потребностей субъекта, которые представлены как когнитивные формирования. В анализе жизненных стратегий молодежи, определяя комплексную характеристику социального самочувствия, Л.Е. Петрова использовала индикаторы, описывающие трудовую сферу: трудовая деятельность, трудоспособность, удовлетворенность работой²⁶. В целом, социальное самочувствие – это субъективное восприятие индивидом своей жизни, основу которого составляют притязания и уровень удовлетворенности. В анализе стиля жизни фрилансеров важным становится понимание, как влияет социальное самочувствие на представление об успешности, как описывают и оценивают сами

²⁵ Петрова Л.Е. Социальное самочувствие молодежи // Социологические исследования. 2000. № 12. С. 51.

²⁶ Там же. С. 53.

фрилансеры соотношение притязаний и их удовлетворение, что, как следствие, и определяет его восприятие успешности и сохранение выбранного стиля жизни.

На основе данных полученных в ходе онлайн-опроса «Изучение проблем самоорганизации фрилансеров в современном российском обществе»²⁷ мы проанализировали представления об успешности российских фрилансеров и оценили их социальное самочувствие.

Трое из четырех опрошенных фрилансеров (73%) ответили, что являются успешными в фрилансе, и только 15% дали противоположную оценку.

Таблица 1 Самооценка успешности во фрилансе

Можете ли Вы сказать, что Вы успешны в фрилансе?	%
Точно да, я успешен	15
Скорее да	58
Скорее нет	13
Точно нет, я не успешен	3
Затрудняюсь ответить	11

Успешность фрилансеры связывают преимущественно со способами (или тактиками) поиска работы, заказчиков – успешный фрилансер утверждает, что ему уже не надо искать заказчиков, ему предлагают работу, а он лишь решает, стоит браться за заказ или нет.

Таблица 2 Представления об успешности в фрилансе

	Что для Вас означает успех в фрилансе прежде всего?	%
1	«Меня рекомендуют заказчикам, во мне уверены»	66
2	«Я чувствую себя профессионалом своего дела»	53
3	«Я могу выбирать проекты по душе»	51
4	«Менно меня выбирают заказчики»	48
5	«Мой доход выше, чем до фриланса»	46
6	«Я чувствую независимость не только в работе, но и в жизни в целом»	41
7	«Я могу быть самим собой, проявлять индивидуальность»	41
8	«У меня заказывают крупные и дорогостоящие проекты»	39
9	«Я могу в любой момент устроить себе отпуск»	39
10	«Я владею новыми или редкими (уникальными) знаниями, умениями»	38
11	«Я известен в профессиональных кругах»	33
12	«У меня есть возможность путешествовать (чаще)»	31
13	«Ко мне обращаются коллеги за помощью, консультациями»	23
14	«Я имею высокий рейтинг на бирже удаленной работы»	23
15	«Я не ощущаю конкуренции в своей профессиональной области»	15
	Другое	1

Данные опроса свидетельствует о том, что успешность фрилансера определяется преимущественно его представлениями о профессионализме, экспертности, владении уникальными и востребованными знаниями, которые ему можно продать на рынке труда по собственной «цене».

²⁷ Методом онлайн-анкетирования в августе 2013 г. были опрошены 573 фрилансера. В методических целях в опроснике были использованы вопросы из «переписи» фрилансеров, что позволило провести сравнительный анализ, сопоставив полученные данные. Инструментарий «переписи» доступен: <http://www.hse.ru/data/310/976/1224/22-04-2008-2.doc>

Эмпирические исследования в разных странах выявили, что уровень удовлетворенности своим трудом выше у самозанятых, чем у работников организаций.²⁸ Данные «переписей» подтверждают эти результаты: несмотря на нестабильность, рискованность и небезопасную занятость, а также ненормированный режим работы в фрилансе, фрилансеры демонстрируют сравнительно высокий уровень удовлетворенности своей работой и жизнью в целом, по этим аспектам доля полностью удовлетворенных достаточно высока.

Таблица 3 Удовлетворенность фрилансеров различными аспектами жизнедеятельности по данным «переписи» фрилансеров 2011 г.²⁹ и онлайн-опроса 2013 г. (в%)

Удовлетворенность...	Удовлетворен		И да, и нет		Не удовлетворен	
	2013	2011	2013	2011	2013	2011
...материальным положением	44	21	31	28,4	24	48,6
...своей работой в целом	74	57,1	18	30,9	8	11,9
...соотношением времени, которое тратится на работу, и временем, которое посвящается другим сторонам жизни*	61	48,1	23	22,9	16	28,9
...в настоящий момент своей жизнью в целом	70	58,2	20	28,4	10	14,4

Приведенные данные показывают, что для фрилансеров характерен достаточно высокий уровень удовлетворенности как работой и различными аспектами жизнедеятельности, так и жизнью в целом. Результаты опросов демонстрируют, что для фрилансеров характерен высокий уровень удовлетворенности работой, а не своим материальным положением (74% против 44%), что объясняется следующим: даже если работа не приносит высоких доходов, то она устраивает фрилансера содержательно. Удовлетворенность работой связана также с соотношением времени, которое они тратят на работу другим сторонам жизни – почти две трети (74%) опрошенных в 2013 г. фрилансеров отметили удовлетворенность этим балансом. Высокий показатель удовлетворенности фрилансерами своей жизнью в целом (70%) доказывает, что переход в фриланс и сохранение этой модели занятости связано с общей позитивной оценкой выбранного стиля жизни – трудности и недостатки фриланса компенсируются появляющимися возможностями, что в итоге влияет на общую оценку жизни.

Таким образом, можно заключить, что фрилансеры являются группой с высокими ресурсными возможностями (способны совладать с неопределенностью, нестабильностью и рисками) и уровнем удовлетворенности работой и жизнью в целом.

Литература

- 1 Benz M., Frey B. The Value of Doing What You Like: Evidence From the Self-Employed in 23 Countries // Journal of Economic Behavior and Organization. 2008. Vol. 68. № 3-4. P. 445-455.
- 2 Петрова Л.Е. Социальное самочувствие молодежи // Социологические исследования. 2000. № 12. С. 51.

²⁸ Benz M., Frey B. The Value of Doing What You Like: Evidence From the Self-Employed in 23 Countries // Journal of Economic Behavior and Organization. 2008. Vol. 68. № 3-4. P. 445-455.

²⁹ Автор выражает благодарность Д. Стребкову и А. Шевчуку за любезно предоставленные данные «переписи».

*Данный индикатор в отличие от других измерялся в 2011 г. по шкале от 1 до 9, где 1 – совершенно не удовлетворен, а 9 – полностью удовлетворен. Для возможности сравнительного анализа мы преобразовали шкалу, таким образом: 1-2 – «совсем не удовлетворен», 3-4 – скорее не удовлетворен, 5 – и да, и нет, 6-7 – скорее удовлетворен, 8-9 – полностью удовлетворен.

А.Ю. Шагалина

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ УПРАВЛЕНИЯ СИСТЕМОЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

ШАГАЛИНА Анна Юрьевна - аспирант кафедры социологии управления ГУУ, ассистент отдела образования и науки ВЦИОМ. E-mail: a.shagalina@gmail.com.

Целью проводимой в России модернизации системы высшего образования является интеграция в мировое образовательное пространство путем создания системы, соответствующей общепризнанными международными нормами и стандартами. Из положительных характеристик проведенных реформ следует отметить:

- создание трехступенчатой модели уровней подготовки: бакалавриат, специалитет и магистратура, аспирантура (адъюнктура);
- в большую сторону изменились контрольные цифры приема на обучение за счет бюджетных средств (не менее чем восемьсот студентов на каждые десять тысяч человек в возрасте от 17 до 30 лет);
- внедрение процедуры мониторинга системы высшего образования, сформирован рейтинг эффективности вузов, результатом которого стало укрупнение образовательных центров, сокращение числа малоэффективных вузов.

По данным инициативного опроса ВЦИОМ, проведенного в ноябре 2013 г. то, что система образования нуждается в коренных изменениях, отметили 47% респондентов, при этом более половины респондентов поддерживают вектор развития, выбранный Министерством образования и науки. Среди преимуществ, которые может получить выпускник при признании его диплома за рубежом, участники опроса отметили: перспективы трудоустройства (35%), возможность зарубежных стажировок (30%), возникновение деловых контактов в России и за рубежом (15%).

Однако не все меры, принятые государством, можно считать эффективными. В настоящее время студенты и работодатели не привлекаются к определению содержания образовательных стандартов, оценка качества образования осуществляется государством путем проведения процедур аттестации, аккредитации и плановых проверок на соответствие деятельности вузов лицензионным требованиям. Программы проверок имеют единый перечень проверяемых вопросов, в котором не учтены происходящие изменения в социально-экономической сфере. Решением такой проблемы могло быть включение в состав экспертных комиссий представителей работодателей и студентов, что обеспечит принцип объективности и демократический характер в управлении системой высшего образования.

По мнению профессора В.П. Тихомирова, России требуется переход к опережающему образованию, при котором необходимо начинать готовить специалистов, которые потребуются завтра, даже несмотря на то, что сегодня для них в стране может не оказаться работы. Опережающее обучение видится людям как самое предпочтительное и безболезненное решение проблемы будущей занятости. Другие решения проблемы безработицы, предлагаемые государством, – организация общественных работ, самозанятость через открытие малого бизнеса, переезд на новое место жительства, где специальность будет больше востребована – представляются людям более проблемными и болезненными.