Фонд «Всероссийский центр изучения общественного мнения»

Федеральное государственное образовательное
бюджетное учреждение высшего образования
«Финансовый университет
при Правительстве Российской Федерации»
(Финансовый университет)

VIII-я международная социологическая Грушинская конференция

«Социолог 2.0: трансформация профессии»

18—19 апреля 2018 г.

Материалы конференции

Москва
2018

УДК 316.653(082)
ББК 60.56
М34

Ответственный редактор:
Анна Викторовна Кулешова —
кандидат социологических наук, член российской
Ассоциации научных редакторов и издателей (АНРИ) (Россия)

М34 Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии», 18—19 апреля 2018 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. — М. : АО «ВЦИОМ», 2018. — 482 с.

ISBN 978-5-906345-15-8

В сборнике представлены материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии».

УДК 316.653(082)
ББК 60.56

ISBN 978-5-906345-15-8
© ВЦИОМ, 2018

Содержание

Социолог 2.0: трансформация профессии

А. В. Маркеева **11**
«Пересборка» профессии социолога: новые задачи и компетенции

В. Л. Римский **16**
Помогают ли социологи гражданам формировать собственные мнения о реальности?

Е. В. Князева **20**
Социолог и общество: почему не складываются отношения?

С. Н. Першуткин **24**
Активистская (действенная) социология как теоретическая платформа выявления новых ролей социологии и социолога

О. А. Ганина, В. А. Федотова **29**
Ключевые навыки в профессионализации современных социологов

Л. В. Клименко, О. Ю. Посухова **34**
Профессиональная идентичность в контексте социально-исторического развития общества

О. Б. Иванов **38**
Социолог и конфликтолог в предупреждении и урегулировании социальных конфликтов

И. А. Огородникова, М. В. Озерова, Э. С. Клюкина **42**
Социолог — проектировщик и практик решения социальных проблем

А. В. Саблуков **47**
Социология в контексте цифровой революции

А. В. Яковенко **52**
Совестливость как профессиональное качество социолога

И. В. Образцов **57**
Кому учить «социолога 2.0»: требования к обучающим

Н. Р. Маликова **61**
Дефициты социологического образования

Н. В. Соболев **66**
Информационная культура студентов-социологов как элемент формирования будущих профессионалов в современном обществе

Т. В. Фомичева **71**
Социологическое образование в контексте современных тенденций российского рынка труда

Т. А. Гужавина **74**
Инновационное и традиционное в подготовке социолога

В. П. Бабинцев **78**
Социолог в системе регионального управления: эксперт или социальный технолог?

Н. Н. Измоденова, М. В. Иванова, Э. С. Клюкина **82**
Социолог на периферии: востребованные траектории профессии

А. В. Барбарук **86**
Проблемы прикладной социологии в условиях Крайнего Северо-Востока России (на примере Магаданской области)

В. В. Токарев **90**
Демографические и социальные детерминанты профессиональной специализации внештатных сотрудников региональных исследовательских компаний

Ю. К. Кормушина **95**
Проект «РИК-2018» как коллаборативный проект сообществ региональных исследователей общественного мнения

В. В. Токарев **105**
Профессиональный рейтинг исследовательских компаний. Основные результаты исследования 2018 года

О. В. Филимонов **110**
Предметное поле социологических исследований в правоохранительной сфере: проблемы определения и согласие заказчика

Д. Г. Передня **115**
Ведомственная специфика исследований общественного мнения о деятельности полиции с использованием традиционных методик

А. В. Халявкин **120**
Социолог как конструктор будущего общества долговечных людей

С. В. Назаренко **125**
Интеллектуальный и социальный капитал социолога-исследователя «постгэллаповской» эпохи

Цветущее многообразие методов

Д. В. Руденкин **130**
«Лайк» и «репост» как инструменты эмпирической социологии: что дает распространение ссылки на анкету в социальной сети?

Д. А. Лобойко **136**
Недоступный информант в социологическом исследовании политической и административной элиты

Е. А. Заруцкая **141**
Геймификация в онлайн-опросах

Л. В. Давыдкина, А. В. Чернов **146**
Инструменты изучения повседневной мобильности: трекинг и опрос

Е. В. Масланов **151**
Коммуникационная площадка в сети интернет как зона обмена: к постановке вопроса

А. И. Любимова, В. А. Одинокова, К. Ю. Ерицян, В. П. Авдеева, Ю. П. Захарова, М. М. Русакова **155**
Лонгитюдное исследование на службе общества: методика изучения кейсов семей в системе социального обслуживания населения

В. С. Харченко **161**
Корпоративные социологические исследования: как социологи помогают HR

Н. В. Немирова **167**
Метод кейс-стади в оценке качества образования: методологические преимущества

Д. А. Яковлева, О. Ю. Колесниченко, Л. С. Мазелис, И. Н. Григоревский, Ю. Ю. Колесниченко **171**
О чем «говорит» мир? API—социология и глобальное сообщество Google

С. И. Копкарева **177**
Особенности использования и проведения онлайн фокус-групп в формате видеоконференций

М. В. Мельников **181**
Применение Google Ngram Viewer для изучения исследовательских интересов в области социологической семантики приватизации

О. С. Сидорова, Н. Л. Мосиенко **187**
Цифровое картографирование как метод исследования социально-пространственной сегрегации города

Р. А. Смирнова, Т. В. Кузьменко, Т. С. Балакирева **192**
Особенности социологической экспертизы объектов интеллектуальной собственности (на примере товарного знака)

А. В. Михайлова **197**
К вопросу о применении качественных методов анализа в креатосфере

Д. В. Моисеева, Н. В. Дулина, С. Н. Оводова, А. А. Попкова **202**
Интернет-опросы студентов: преимущества и ограничения (на материалах межрегионального социологического исследования)

В. А. Шведовский **207**
Опыт модельной поддержки отбора проектов экспертных решений по управлению макроэволюцией российского социума

И. К. Масалков **213**
Междисциплинарность клинического подхода в социологии

Социология межнациональных отношений и проблемы идентичности

Л. М. Дробижева **217**
Основные направления исследования межнациональных отношений и задачи на будущее

Е. В. Петрова **223**
Межнациональные отношения в Республике Бурятия: итоги работы экспертной панели (2016—2017 гг.)

М. И. Черепанова, А. А. Горбунова, Д. А. Неваева, С. А. Сарыглар **227**
Миграционные процессы в Алтайском крае: прогноз межнациональной напряженности

О. В. Ярмак **232**
Национально-государственная идентичность крымских и севастопольских студентов: некоторые результаты исследования межнационального и межрелигиозного согласия студенческой молодежи

Ж. Н. Тория **236**
Этноконфессиональные составляющие российской гражданской идентичности в студенческой среде Карачаево-Черкесской Республики: социологический анализ

С. А. Шеин **240**
Роль национально-культурных организаций в процессе адаптации международных трудовых мигрантов

К. Б. Малышев, В. Н. Асташов, О. А. Малышева **243**
Социальные установки, влияющие на Отношение студентов к мигрантам

С. Г. Максимова, Д. А. Омельченко, О. Е. Ноянзина **248**
Транзитная миграция в приграничном регионе: результаты экспертной оценки рисков и мер регулирования

Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская, Д. Н. Карзубов **253**
Методы Big Data в определении социальной дистанции между основными этническими группами Крыма и Севастополя

А. П. Лобанова **259**
Проблемы изучения идентичностей в условиях «текучей» современности

Социально-экономические трансформации в современном российском обществе

М. В. Морев **262**
Тренды мирового развития и их региональный аспект

Н. В. Дулина **267**
Казнить нельзя помиловать: нормы морали и права в сознании современных горожан

Е. Л. Круглова **273**
Концептуальные различия измерения бедности в России и США: взгляд социолога

И. Ю. Бондарева **277**
Возможности и ограничения практик социологического анализа самозанятости

М. Н. Исмагулова **282**
Исследование дискриминации в молодежной среде: мнения, отношения, практики

Л. В. Рожкова, Д. С. Шилин **286**
Трудовые ценности в структуре социального потенциала молодежи

И. Р. Казаков **290**
Потенциал молодежи в развитии гражданского общества и волонтерского движения в России (по материалам исследований в Московской области)

А. В. Мытиль **295**
Добровольчество — путь от солидарности к солидаризации?

С. А. Бодякова **300**
Отношение учительского сообщества к волонтерскому движению

Н. А. Николенко, Н. С. Байша **304**
Студенты-экологи об экологической ситуации и послевузовской деятельности: результаты качественного исследования

О. В. Кабайкина **308**
Трансформация маскулинности в XXI веке: необратимое явление или закономерный процесс?

В. И. Ильин **312**
Романтическая пара как элемент социальной структуры

И. В. Ломакин **317**
О семантике некоторых базовых понятий в современных исследованиях не-родительства

А. Н. Тимохович, С. С. Филенко **322**
Особенности поведения потребителя культурного продукта

С. А. Козлова **327**
К обоснованию выбора модели финансового обеспечения в сфере здравоохранения

А. А. Бочагов **331**
Финтех для человека или человек для финтеха: взгляд с позиций экономической социологии

И. Н. Дементьева **336**
Региональные аспекты измерения потребительских настроений населения

С. С. Соловьев **342**
Социально-экономическое положение российских военных пенсионеров: результаты исследований доходов домохозяйств

Т. Е. Серикова **347**
Технологизация медицинской сферы как исследовательское пространство социологической науки

Политическая социология

М. Е. Родионова **351**
Маркетинговые технологии в ходе президентской избирательной кампании во Франции в 2017 году

Г. К. Уразалиева **357**
Цифровая партия в политическом пространстве: опыт президентской кампании В РФ 2018 года

Н. А. Рябченко, О. П. Малышева **362**
Управление политическим контентом: семантический анализ тегов и хэштегов

М. В. Николаева, Ю. А. Романова **367**
Президентская предвыборная кампания 2018 года: фолксономия и анализ комментариев электората в онлайн-пространстве

Р. А. Сабина **371**
Социологический подход к измерению стабильности политического режима

М. Г. Мацкевич **377**
Роль исторической памяти о революции 1917 г. в формировании отношения к понятию «революция» в постсоветских странах

Социальная политика и социальное предпринимательство

Е. Г. Васильева **383**
Эффективная социальная политика: проектирование показателей оценки

Е. И. Иванова **387**
Социальные смыслы предпринимательской деятельности: факторы формирования

Е. Н. Васильева **394**
Исследование практик социального предпринимательства и СО НКО в Волгоградской области

М. Б. Полтавская **400**
Некоммерческие организации и рынок социальных услуг Волгоградской области: институциональные ограничения и неинституциональные практики

Социология интернета

А. А. Гнедаш, Н. А. Рябченко **404**
Сетевой анализ современных протестных движений (на примере социальной сети «Womensmarch»)

Е. В. Ковалевская **409**
Общение студентов в социальных сетях

К. А. Платонов, Д. И. Юдина **413**
Тематическое поле дискуссий троллей в новостных группах сети «Вконтакте»

Б. Г. Вульфович **419**
Сетевое сообщество сегодня: реальность и перспективы

А. А. Шестакова **422**
Цифровая личность: границы и барьеры коммуникативных практик в сетевом взаимодействии

Е. В. Тихонова **426**
Командные взаимодействия в виртуальном пространстве интернет

Ю. А. Петровская **430**
Формирование инновационной личности в условиях новой технологической революции как научная и социальная проблема

Управление и образование: социологический ракурс

В. И. Гостенина **435**
Коммуникативно-информационные технологии управления в условиях социального риска

Г. П. Зинченко, Я. Г. Зинченко, Е. Н. Тищенко **440**
Оценка социально-инженерных компетенций гражданских служащих

Т. В. Черняк **444**
оценка качества обучения государственных гражданских служащих как способ повышения профессионализма кадров государственной службы

С. С. Соловьев, О. М. Левашева **450**
Социологический анализ проблем преподавания и изучения китайского языка в России

К. В. Наумов, Г. В. Заярская, А. Ю. Фодоря **458**
Основные направления деятельности социолога в сфере детского отдыха и оздоровления (из опыта ГАУК «МОСГОРТУР»)

И. А. Гринько, К. Н. Ермошкин **464**
Антропогенная нагрузка на музеи и выставочные залы Москвы

Г. Д. Сладков, А. Ю. Фодоря, Г. В. Заярская **469**
Качественные параметры оценки работы вожатого в детском лагере: к постановке проблемы

Р. А. Убайдуллаева **476**
Формирование и изучение общественного мнения: опыт Узбекистана

Социолог 2.0: трансформация профессии

А. В. Маркеева

«ПЕРЕСБОРКА» ПРОФЕССИИ СОЦИОЛОГА: НОВЫЕ ЗАДАЧИ И КОМПЕТЕНЦИИ

МАРКЕЕВА Анна Валерьевна — кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры экономической социологии и менеджмента социологического факультета, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия.
E-MAIL: anna_markeeva@mail.ru
ORCID: 0000-0002-7439-1599

Аннотация. Новая промышленная революция радикально трансформирует сферу занятости, приводя к быстрому исчезновению ряда профессиональных групп и «пересборке» оставшихся. Анализ процессов, связанных с изменением содержанием труда социолога в настоящих условиях, позволяет предполагать, что будет происходить формирование новых профессиональных задач, требующих обретения новых навыков и умений. Так, востребованность социальных прогнозов требует существенного расширения навыков работы с современными технологиями социального прогнозирования; появление новых методов и технологий сбора данных не приведет к замещению социологов IT-специалистами, а значительно расширит функционал социологов, связанный с изучением, отбором и адаптацией информационных систем и технологий под конкретные задачи организации; потребность в формировании новых способов организации труда, переход к новым видам организационных структур увеличат значимость социальных навыков и навыков комплексного решения проблем для социологов, что требует значительной модернизации существующих образовательных программ.

Ключевые слова: социолог, профессия, компетенции, профессиональные задачи

Ведущиеся в настоящий момент дискуссии по влиянию четвертой промышленной революции на занятость сильно поляризованы между сторонниками новых технологий, видящих в них безграничные возможности для формирования новых профессиональных групп, для роста произво-

дительности труда, снижения процессов рутинизации труда, и противниками, которые указывают на массовое замещение труда робототехникой и искусственным интеллектом, значительное сокращение и даже исчезновение отдельных профессиональных групп, рост социального неравенства и повсеместное снижение трудовых гарантий работников (рост прекаризации) [Стэндинг, 2014]. Кардинальные трансформации трудовой деятельности требуют глубокого социологического и философского осмысления, актуализируют обсуждения о будущем труда. В прикладном аспекте — возрастает важность осмысления процессов исчезновения ряда профессий и возможности для переквалификации и переобучения специалистов из исчезающих профессиональных групп, с одной стороны, и радикальной «пересборки» тех профессий, которые останутся, — с другой. Профессия социолога не исключение. Трансформация экономических, политических и социальных режимов существования способна придать профессии новое звучание, новый функционал и значительно повысить ее значение в управлении социальными изменениями на всех уровнях.

Во-первых, динамичность современных изменений, дизруптивный характер ряда технологий повышают значимость социального прогнозирования для всех типов организации и всех сфер деятельности. Несмотря на нереализуемость ряда формируемых прогнозов, потребность в познании, моделировании и управлении будущим возрастает на всех уровнях. Национальные государства, коммерческие компании и некоммерческий сектор, каждый индивид при формировании стратегии развития для разработки программ адаптации к существующим изменениям нуждаются в прогнозах. Поэтому для социологов, в функциональные обязанности которых входит социальное прогнозирование, требуется освоение новых технологий и методов социального прогнозирования, которые в текущих условиях могли бы значительно повысить качество разрабатываемых прогнозов. И речь не только о поставленных на новые технологические, в том числе информационные платформы, методах сканирования горизонтов, выявления джокеров и «черных лебедей», об улучшении навыков работы со сценарными методами и т. д., но и о возможном расширении набора используемых нами методов и технологий прогнозирования за счет посттрадиционных инструментов (например, применение многослойного причинного анализа, методов визуализации образов будущего, метода гармоничных кругов и т. д.) [Энтони, 2012].

Помимо повышения качества разрабатываемых прогнозов социологи должны быть включены в создание системы на всех уровнях управления,

отвечающей за готовность лиц, участвующих в выработке и принятии решений; должны быть готовы к обсуждению самых маловероятных сценариев развития, к отказу от жесткого следования стандартным (шаблонизированным) способам решения проблем. Таким образом, социолог должен не только обладать способностью к учету и восприятию самых слабо учитываемых трендов, умением находить в них не только угрозы, но и открывающиеся возможности (в зарубежной практике это часто описывается как трендвотчинг (trendwhatching) — навыки формулирования гипотез зарождающихся трендов, поиска новых трендов, понимание иерархии трендов, применение полученных знаний в процессе стратегического планирования и поиска решений), постоянно ломая схему, преодолевая сложившиеся профессиональные убеждения, но и иметь навыки убеждения других в принятии и обсуждении «негативных» прогнозов.

Во-вторых, в связи с активным расширением новых технологических возможностей сбора и анализа информации, как и во многих других профессиональных группах (менеджеры, маркетологи и т. д.), социологи сталкиваются с отчуждением ряда содержательных аспектов своей деятельности техническим средствам и инструментам. Но этот процесс, на наш взгляд, не приведет ни к полному исчезновению профессии социолога, ни к замещению социологов IT-специалистами. Сами по себе новые технологические возможности, без адаптации под конкретные задачи, не представляют интереса. Целеполагание — для чего и какие типы из агрегируемых больших массивов данных необходимы конкретной организации для объяснения или решения существующих проблем,—так и останется функционалом социолога. Исчезновение рутинных операций приведет к появлению новых задач. Опираясь на процессы, идущие в смежных профессиональных группах (маркетологи, HR-специалисты и т. д.), можно предсказать взрывообразный рост технологий для социологов, который актуализирует потребность развития навыков исследования рынка и выбора из множества технологических продуктов тех, которые обеспечат наиболее эффективное решение проблем. Например, для маркетинговой сферы за последние семь лет количество разных платформ и софта возросло со 150 решений в год в 2011 году до 5381 в 2017 году, рост рынка составил свыше 40 % [Binker, 2017]. Аналогичные процессы, вероятно, затронут и профессиональную сферу социолога. Будет открываться новое поле работы: не только выбор, с чем работать, но и, возможно, как адаптировать продукт/решение под цели и задачи организации, заказчика исследования.

В-третьих, опираясь на результаты исследований, демонстрирующих эффект влияния новых информационных технологий на обобщенные группы профессий, изменений требований работодателей к знаниям, навыкам и умениям специалистов по 25 отраслям [The Future of Jobs…, 2016], а также на выводы форсайт-сессий Агентства Стратегических Инициатив по динамике отдельных профессиональных групп в РФ до 2030 года [Атлас профессий, 2014], можно говорить о возрастании важности социальных (social skills) навыков и навыков комплексного решения проблем (complex solving problem skills), в отличие от предыдущих периодов, когда ключевые компетенции были напрямую увязаны с особенностями выполняемой работы. Совершенствование социальных навыков, связанных с выстраиванием взаимодействий (в том числе потенциально с усилением технологизации не только между людьми, но и в системах «человек — искусственный интеллект»), и развитие отдельных компонентов эмоционального интеллекта для социологов станут столь же важными, как и знание, например, методики организации социологического исследования.

Именно социальные навыки и навыки комплексного решения проблем, помимо специализированных знаний и умений, связанных с изучением и объяснением социальных явлений и процессов, будут обеспечивать возможность для социологов, работающих в организациях разного уровня, проектировать и обеспечивать переход к новым организационным структурам, к внедрению современных методов социального управления. Все большая востребованность перехода от иерархически организованных к плоскостным организационным структурам, основанным на самоорганизации и самоуправлении сотрудников («бирюзовые организации», «холакратия» и т. д.) во всех сферах деятельности актуализирует потребность в таких специалистах. На наш взгляд, этот функционал увеличит потребность в социологах, которые совместно с управленцами будут формировать процесс перехода организации к новым принципам управления.

В заключение необходимо отметить, что в настоящий момент жизненно необходима организация обсуждений в профессиональном сообществе относительно трансформации нашей профессии, формирование и моделирование ее будущего. Активное обсуждение модернизации нашей профессии на конференциях и круглых столах, налаживание диалога между вузами и практикующими социологами по вопросу профессиональных и образовательных стандартов способствуют решению ряда

проблем. Но критичным в сложившихся условиях становится оперативное перенесение результатов обсуждений в модернизацию образовательных программ, создание реальных возможностей для освоения новых навыков и компетенций студентами-социологами, а также формирование программ по переобучению и повышению квалификации уже существующих специалистов.

Список литературы

1. Атлас профессий. Вторая редакция / Агентство стратегических инициатив. Сколково. Москва, 2014. URL: http://atlas100.ru/ (дата обращения: 15.03.2018).
2. Стэндинг Г. Прекариат: новый опасный класс. М. : Ад Маргинем, 2014.
3. Энтони М. Глубинные исследования будущего: выход за рамки монетарно-технократической парадигмы // Форсайт. 2012. Т. 6. № 4. С. 60—72.
4. Binker S. Marketing Technology Landscape Supergraphic (2017): Martech 5000. URL: https://chiefmartec.com/2017/05/marketing-techniology-landscape-supergraphic-2017/ (дата обращения: 15.03.2017).
5. The Future of Jobs. Employment, Skills and Workforce strategy for The Fourth Industrial Revolution (report). World Economic Forum. January 2016. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Jobs.pdf (дата обращения: 15.03.2017).

В. Л. Римский

ПОМОГАЮТ ЛИ СОЦИОЛОГИ ГРАЖДАНАМ ФОРМИРОВАТЬ СОБСТВЕННЫЕ МНЕНИЯ О РЕАЛЬНОСТИ?

РИМСКИЙ Владимир Львович — ведущий научный сотрудник, Фонд развития исследовательских программ «Информатика для демократии» (Фонд ИНДЕМ), Москва, Россия; доцент, Еврейский университет, Москва, Россия; старший преподаватель, Московский психолого-социальный университет, Москва, Россия.
E-MAIL: rim@indem.ru

Аннотация. Исследования общественного мнения востребованы, но их последствия до сих пор недостаточно отрефлексированы. В частности, есть сомнения в том, что общественное мнение согласовано с собственными мнениями граждан о реальности. Более того, опросы общественного мнения нередко не способствуют ни выработке гражданами собственных мнений о различных проблемах, ни гражданской активности в решениях этих проблем.

Ключевые слова: социологи, граждане, мнения о реальности, общественное мнение, опросы

Еще в 1972 году в своем докладе об общественном мнении Пьер Бурдье наряду с другими, как он выразился, постулатами, оспорил то, «что все люди могут иметь мнение или, иначе говоря, что производство мнения доступно всем» [Бурдье, 1993: 159]. А в своей статье «Социология и демократия» он утверждал, что «возможность высказать свое мнение по поводу какого-либо вопроса (особенно если речь идет о политической проблеме, которая как таковая была и создается политическим микрокосмом) существенно различна у мужчин и женщин, у людей образованных и необразованных, богатых и бедных. В конечном счете, за формальным равенством граждан скрывается реальное неравенство. Возможность иметь мнение неодинакова так же, как неодинакова для всех возможность навязать его в качестве авторитетного мнения» [Бурдье, 1999: 121]. Следует согласиться с Бурдье в том, что не все граждане и не во всех ситуациях могут иметь мнения о реальности. Так, для того чтобы сформировать мнение о многих общественно значимых проблемах, необходимы политические компетенции, которые не имеют «всеобъемлющего

распространения» [Бурдье, 1993: 166]. А если эти мнения оказываются более или менее сформированными, то во многом — под воздействием СМИ и тех систем ценностей, норм и правил жизни, которые были интериоризованы индивидами с детства в процессе их социализации, т. е. этоса социальных групп, в которые они включены.

В современной России высокий уровень социальной дифференциации определяет существенные различия этосов и, соответственно, мнений разных социальных групп по большинству общественно значимых проблем. А это ведет к отсутствию общего понимания вопросов и вариантов ответов на них у разных социальных групп. Но в своих опросах многие социологи исходят из противоположного — что общие мнения в обществе существуют, их можно выявить и описать. Поэтому социологи нередко либо вообще не показывают различия ответов на свои вопросы для разных социальных групп, либо показывают их для формальных, а не для реальных социальных групп. Ведь иначе вместо общих мнений исследования покажут спектры различных, иногда полярных мнений с разными уровнями социальной значимости. И эти различия, (как самих мнений, так и их значимости) нужно будет обосновывать, что потребует более сложных и глубоких, а потому и более дорогих исследований.

Когда по результатам опросов социологи через СМИ демонстрируют общие мнения, оторванные от этосов реальных социальных групп, в этих реальных социальных группах возникает много сомнений, не всегда даже осознаваемых, в том, что они эти мнения поддерживают. Это стало одной из причин снижения уровня доверия граждан к социологам и к результатам социологических исследований.

Из анализа опросов общественного мнения Бурдье сделал также вывод о том, что «мнений по проблеме тем больше, чем более в ней заинтересованы. Так, доля ответов на вопросы о системе образования очень связана со степенью близости респондентов к самой системе, а вероятность наличия мнения колеблется в зависимости от вероятности иметь право распоряжаться тем, по поводу чего выражается мнение» [Бурдье, 1993: 173]. Таким образом, чем выше уровень социальной активности граждан в той или иной сфере деятельности, тем больше будет разнообразие их мнений по проблемам этой сферы. Поэтому факты выявления социологами в опросах ограниченных наборов мнений по тем или иным проблемам, скорее всего, имеют причиной низкую активность граждан в соответствующих сферах, их слабую заинтересованность в решениях этих проблем. Если же по какой-то проблеме спектр мнений граждан

широк, а СМИ по результатам опросов распространяют в обществе одно наиболее «правильное» мнение по этой проблеме, это снижает уровень общественного участия в ее решении.

Бурдье отмечал и неадекватность представления о том, что общественное мнение получается «исключительно путем сложения индивидуальных мнений», и хотя это через СМИ внушается гражданам, но является иллюзией [Бурдье, 1993: 163]. И эта иллюзия многих граждан мотивирует отказываться от повышения своих компетенций по вопросам, для которых социологи им уже представили доминирующие мнения, и, наоборот, побуждает не задумываясь присоединяться к этим доминирующим мнениям. В результате граждане все реже стремятся самостоятельно формировать мнения по общественно значимым проблемам и расширять свои компетенции, необходимые для этого. Конечно, не только социологи способствуют такому выбору, но необходимо признать, что отказы граждан от формирования собственных мнений в их сознании связываются с результатами социологических опросов. Долгосрочное социальное последствие такого выбора — большинство, часто даже не осознавая этого, не воспринимают значимые факторы, определяющие многообразные проблемы, свои интересы и пути их решений. В итоге граждане начинают прибегать к немотивированной агрессии и насилию, фиксируемым социологическими исследованиями.

В современной российской действительности, как и в действительности других стран мира, наиболее широко финансируются опросы общественного мнения. Как писал в своем предисловии к русскому изданию книги «Делать мнение: новая политическая игра» Патрик Шампань, такие опросы оцениваются «в качестве наиболее эффективных и приносящих немедленную отдачу тем, кто за них платит» [Шампань, 1997: 4]. Но вместе с ним хотелось бы надеяться, что «развитию демократии больше бы помогли настоящие социологические исследования», способствующие «научному анализу глобальных проблем современности» и нашей страны [Шампань, 1997: 4]. А результаты таких исследований, представленные в СМИ, могли бы способствовать выработке нашими гражданами собственных мнений о таких проблемах, повышению их гражданских компетенций и гражданской активности.

Список литературы

1. Бурдье П. Общественное мнение не существует // Социология политики / пер. с франц. Г. А. Чередниченко. М. : Socio-Logos, 1993. С. 159—177.

2. Бурдье П. Социология и демократия // Поэтика и политика. Альманах Российско-французского центра социологии и философии Института социологии Российской Академии наук. М. : Институт экспериментальной социологии ; СПб. : Алетейя, 1999. С. 119—124.
3. Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра / пер. под ред. Н. Г. Осиповой. М. : Socio-Logos, 1997. 317 с.

Е. В. Князева

СОЦИОЛОГ И ОБЩЕСТВО: ПОЧЕМУ НЕ СКЛАДЫВАЮТСЯ ОТНОШЕНИЯ?

КНЯЗЕВА Елена Владимировна — кандидат социологических наук, Социологический информационно-исследовательский Центр «Пульс», Одесса, Украина.
E-MAIL: knyazeva.elena.mail@gmail.com

Аннотация. Если попытаться сформулировать основную мысль доклада, то можно сказать, что он посвящен общественной роли социологов. Эта тема обновляется с каждым новым поколением социологов, и вместе с тем между социологами нет полного согласия относительно той роли, которую они должны выполнять в современном обществе. С точки зрения востребованности/невостребованности рассматривается проблема взаимоотношения социолога и общества. Отмечается, что критическая социология является общественным призванием социолога, выступает его профессиональным кредо. Рассматривается, в чем состоит современный кризис в социологи: функциональный, гносеологический, профессиональный, репутационный, дискурсный и проч. Особое внимание уделяется дискуссии о приоритетных функциях социологии, которая оживленно идет в научных исследовательских кругах. Автор акцентирует внимание на «решающих» и актуальных качествах исследователя, таких как страсть — «ориентация на существо дела», ответственность — «главная путеводная звезда» деятельности исследователя и глазомер — строгость, педантизм и методичность.

Ключевые слова: общество, кризис в социологии, функции социологии, профессионализм, публичность, активизм

Проблема взаимоотношения социологии и общества — это проблема ее востребованности. Общество создает условия для функционирования той или иной науки и содержит ее в обмен на выполнение определенных функций. Как известно, Чарльз Миллс был одним из первых, кто поднял вопрос о кризисе в социологии, и тем самым бросил вызов академическому сообществу [Миллс, 2001]. Согласно Миллсу, кризис социологии состоял в том, что социология утратила социально-критические позиции в обществе. С тех пор профессиональное сообщество уже привыкло

к полемике о роли социологии в обществе. Социологов часто обвиняют в том, что:

— социология не выполняет / плохо выполняет свойственные ей функции, утратила свой критический запал, ей пришлось отказаться от научно-познавательной функции, чтобы выполнить пропагандистскую/идеологическую функцию (функциональный кризис);
— лишилась своего объекта изучения: на место объективизации объективирующего субъекта приходит субъективация объекта, т. е. социологическое «не освоение, а присваивание объекта в ненаучных целях» (гносеологический кризис);
— социологам перестали верить и доверять результатам их исследований; им приписываются манипуляция данными и использование формулирующих вопросов (особенно это касается электоральной социологии). Рекомендации социологов воспринимаются как банальность. За частоколом цифр нет мысли, нет идеи и глубокого понимания общества, а политики продолжают «делать социологию» для собственного пиара, не учитывая законы функционирования общественного мнения (репутационный кризис);
— социология перестала быть привлекательной профессией, сокращается финансирование социологических исследований, уменьшается численность студентов в вузах (профессиональный кризис);
— прогностический и интерпретативный (объясняющий) потенциал социологии перестал быть публичным, уступив место политологам, экономистам, журналистам и прочим публичным людям, которых почему-то именуют экспертами. В Сети появилось много авторов, которые дают такие ориентиры на будущее, которые могут привести к очередной трагедии в обществе (кризис дискурса).

Этот список можно было продолжить, однако заметим, что любой кризис одновременно является и вызовом, который должен привести к возрождению или новому прорыву. Неслучайно вопрос о кризисе социологии в академическом дискурсе сменился вопросом о пересмотре функций социологии. Глобализация открыла принципиально новые представления о статусе современной социологии в обществе и разделении труда в рамках социологической науки. Оживленная дискуссия по поводу функций социологии идет с начала столетия в западной социологии между П. Бурдье (позже его поддержал П. Штомпка), с одной стороны, и М. Буравым — с другой, и продолжается по настоящее время. Первые считали, что главной функцией современной социологии остается тео-

ретико-познавательная, а другие исследователи во главе с М. Буравым, наоборот, настаивали на функции социальных преобразований в социуме. Эта дискуссия привлекла внимание не только вопросом о профессиональной идентичности, но и актуализировала идею пересмотра социальных функций социологической науки. Для усиления чувствительности социологии к социальным изменениям одни исследователи видели перспективу социологии в расширении междисциплинарных связей, другие — в совмещении исследовательской деятельности и активизма.

В своем докладе «Политика как призвание и профессия» М. Вебер выделил три главных для политика качества: страсть, ответственность и глазомер. Этот доклад был прочитан в то же время и перед той же аудиторией, что и «Наука как призвание и профессия» [Вебер, 1990]. Поэтому, как нам представляется, эти качества являются решающими не только для Политика, но и для Исследователя: страсть как «ориентация на существо дела»; ответственность — «главная путеводная звезда» деятельности исследователя; глазомер — строгость, педантизм и методичность. М. Вебер говорит о том, что эти качества «решающие», т. е. такие, что требуют «дистанции по отношению к вещам и людям», и именно такое обособление (отделение) от привычного и направляет ход исследования. Говоря об этих качествах как «решающих», немецкий социолог ведет речь и о том, что на эти качества необходимо решиться: их необходимо выбрать, чтобы стать настоящим Исследователем или Политиком. М. Вебер выделил эти «решающие качества», так как они являются некоторым образом универсальными критериями оценки любого проведенного исследования. И как бы радикально ни менялся ландшафт индустрии социальных исследований, три основных качества исследователя — страсть, ответственность и глазомер — по-прежнему остаются актуальными и решающими.

Таким образом, если социологи надеются на то, чтобы социология стала пригодной для анализа общества и востребованной в сфере публичной политики (по сравнению с политологией и экономикой), если их интересует релевантность профессии за пределами академических институтов, они должны научиться определять потенциальные последствия своих исследований и открыть для общества окно возможностей к достижению значимых результатов. Важно, чтобы социологи не только сообщали обществу информацию о ключевых социальных и политических проблемах, но и предлагали их решение. Как бы пафосно это ни звучало, социологическая перспектива должна стать доступной для общества,

«влиять на политику и даже быть «агентом перемен» [Социология…, 2017]. «Не навреди!» Врач — пациенту. Социолог — обществу. Эта заповедь врача должна быть близка и социологам.

Список литературы

1. Вебер М. Политика как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М., 1990. С. 644—702.
2. Миллс Ч. Р. Социологическое воображение // пер. с англ. О. А. Оберемко. Под общей редакцией и с предисловием Г. С. Батыгина. М., 2001. 264 с.
3. Социология: призвание и профессия. Интервью с президентом международной социологической Ассоциации профессором Маргарет Абрахам // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. № 20(2). С. 7—12.

С. Н. Першуткин

АКТИВИСТСКАЯ (ДЕЙСТВЕННАЯ) СОЦИОЛОГИЯ КАК ТЕОРЕТИЧЕСКАЯ ПЛАТФОРМА ВЫЯВЛЕНИЯ НОВЫХ РОЛЕЙ СОЦИОЛОГИИ И СОЦИОЛОГА

ПЕРШУТКИН Сергей Николаевич — доктор социологических наук, заведующий отделом социологии государства, Московский институт социологических исследований (АНО МИСИ), Москва, Россия.
E-MAIL: academ2011@mail.ru

Аннотация. В статье рассматриваются предварительные итоги научно-внедренческого проекта, среди задач которого — обоснование и разработка теоретико-методологической базы действенных (активистских) исследований политико-социологического профиля; определение принципов наполнения эмпирической базы для разработки и апробации методики действенного (активистского) исследования. С учетом существующих публикаций и с опорой на так называемую живую методологию поддержан ряд версий социальных ролей социолога как «инсайдера», как возможного «провокатора», сформулирован ряд обобщений.

Ключевые слова: активистская (действенная) социология, теоретическая платформа социологических исследований, новые роли социологии и социолога, интервенционистская социология, активная роль исследователя, конструктивистская социология

Кардинальное расширение в XXI веке поля и возможностей социологии с дифференциацией ее на такие разновидности, как профессиональная, политическая, критическая, *публичная* [Буравой, 2010], наряду с эффектными метафорами специфических ролей социолога (как *«разведчика»*, *«судьи»*, *«медика»*, *«священнослужителя»* [Бергер, 1996]) выдвигает в повестку данной конференции обсуждение новых теоретических платформ, подобных парадигме практико-ориентированного знания, именуемой «активистской», или «действенной» — action research (AR).

Отсюда актуальность предлагаемой нами темы, обусловленной комплексом причин — не только существующими ограничениями и дефектами распространенных исследований, но также открывающимися новыми возможностями.

Ряд из них убедительно раскрывается в имеющихся публикациях [Пригожин, 1995: 226—230], однако контрастнее выделим противоречивые тенденции:

— не всегда реальное стремление выявить социальные закономерности и новое знание о разных характеристиках объекта и предмета исследования;
— попытки ограничиться опросными методами в ходе подготовки и проведения социологических исследований;
— абсолютизацию количественных методик, статистически значимых, но позволяющих решать ограниченный круг задач;
— недостаточное внимание в большинстве исследований к проектам управленческих решений по итогам обработки собранных данных;
— все более выраженную потребность в разработке новой методологии, позволяющей «работать с социальными изменениями (управленческими и политическими)»;
— повышенную потребность в диагностических методиках и методологии.

Если отталкиваться от представлений авторитетного советского и российского социолога В. А. Ядова, то появляется возможность зафиксировать в качестве сути активистского исследования «изучение объекта, активное вмешательство путем организованных действий, провоцируемых исследователем, дальнейшее изучение и далее повторные воздействия» [Ядов, 1995]. Это позволяет вести речь об обновленной парадигме развития науки, об особом типе исследования (практико-ориентированном), специфической технологии *изучения* социума, диагностики, экспертизы и активного вмешательства в объект изучения в целях его изменения, преобразования, улучшения. Все перечисленное обладает высокой степенью значимости, что автору уже доводилось отмечать [Першуткин, 2017], раскрывая специфику и широкие возможности AR в решении широкого круга общественно-политических задач.

В данной статье обратим внимание на концептуальный фундамент АЗ, который более детально раскрывается в ряде публикаций как российских авторов [Тюрина, 2013], так и зарубежных [Burns, 2007; Davison, Martinsons, Kock, 2004].

Помимо широко известных подходов и работ Джона Дьюи и Курта Левина, особо выделим и вклад таких выдающихся ученых XX века, как Антонио Грамши и Джакобо Морено. Их роль в разработке AR меньше

изучена и осмыслена, но полагаем заслуживает не меньшего внимания исследователей и экспертов-аналитиков.

Антонио Грамши пытался соединить общественные науки и политику, (опираясь на идею Людвига Фейербаха насчет того, что философы должны не только пытаться понять мир и объяснять его, но и пытаться изменять). Развивая эту мысль, выдающийся итальянский ученый использовал потенциал аристотелевской концепции *праксис*, обосновывая в дальнейшем необходимость разработки мысленных конструкций как разновидности так называемого активизма — социального и политического.

Что касается еще одного разработчика AR, Джакобо Морено, то его вклад в 20—30-е годы XX века определяется доказательством того, что исследование — это неотъемлемая часть общественных движений, что с помощью исследования действием in situ (конкретизирующего содержание и роль политической социометрии и микросоциологии, социометрии и экспериментального метода) открываются возможности создания особой науки, исследующей группообразование и социальную динамику, перегруппировку сообществ как основы межличностной интерперсональной теории.

Именно Морено впервые заговорил о реабилитации ситуативного знания и необходимости погружения в конкретную социально-психологическую ситуацию в рамках взаимодействия с конкретными людьми о которых пишет или говорит социолог. Тем самым социолого-гуманитарная наука превращается в комплексную деятельность, преодолевающую разнопредметную разобщенность и узкопредметный подход и постепенно сближающуюся с консультированием и все более тяготеющую к искусству, нуждающемуся в субъекте — социо-драматурге [Морено, 2001].

Активистское исследование, опирающееся на ряд марксистских и неомарксистких идей (в том числе Антонио Грамши и Джакобо Морено), было актуализировано и наполнено новым мылом примерно 50 лет назад французским социологом Аленом Туреном, изучавшим с помощью данной методики и методологии студенческие революции. Метод *социологической интервенции*, разработанный А. Туреном, позволял будто бы четче сформулировать цели и задачи студенческих действий, переводя эмоции и образы в рациональный анализ [Турен, 1998].

Благодаря роли социолога научные знания интегрируются с повседневным опытом, эмоциональный градус дискуссий снижается, обозначается мостик для взаимопонимания противоположных сторон, что позволяет по сути управлять протестным движением.

В мировой науке обозначенную технологию зачастую называют *исследованием-внедрением*, поскольку содержание action research включает в выработку нового знания в ходе сбора эмпирических фактов и проверки гипотез решение *практических (управленческих) задач* и потребность конкретных структур.

На этой основе появляется возможность обобщить, что характерными особенностями и принципами *активистских (или действенных) исследований* (action research AR) выступают:

— акцентирование способности людей изменять обстоятельства своей жизни посредством борьбы;
— отрицание необходимости научного нейтралитета исследователя, на котором базируется вся фундаментальная (академическая) социология;
— признание необходимости и важности так называемого вмешательства социолога в наблюдаемый процесс (в интересах разработки и реализации практических решений с целью изменения и преобразования социальной реальности);
— доказательство дистанцирования от экономического детерминизма.

Вслед за О. Н. Яницким правомерно признать, что речь идет о «соучаствующем исследовании» [Яницкий, 2013: 303—320], демонстрирующем не только инициирующую, но даже «провоцирующую» роль социолога — не только в качестве аналитика, но еще и инсайдера, способного увидеть зарождающийся конфликт изнутри, обнаружив влияние более широкого социально-политического контекста, а в ряде случаев — даже социальных акторов, выступающих непосредственными и активными участниками общественно-политических движений.

Перспективы активистской социологии как «мейнстрима социологии социальных изменений» в этом контексте представляются многообещающими [Fricke, Pfeiffer, 2015].

Список литературы

1. Бергер П. Л. Приглашение в социологию : Гуманистическая перспектива / пер. с англ. под ред. Г. С. Батыгина. М. : Аспект пресс, 1996. 168 с.
2. Буравой М. Принимая вызов глобальной социологии — от Гетеборга к Йокогаме // Социологический ежегодник, 2010 : Сб. научн. тр. / ИНИОН РАН. Центр социал. науч.-информ. исслед. отд. социологии и социал. психологии ; Кафедра общей социологии ГУ-ВШЭ / гл. ред. Н. Е. Покровский ; ред.-сост. Ефременко Д. В. М., 2010. С. 42—47.

3. Морено Я. А. Социометрия : Экспериментальный метод и наука об обществе / пер. с англ. М. : Академический Проспект, 2001. 384 с.
4. Першуткин С. Н. Разработки общественных наук как фактор укрепления национальной безопасности // Гуманитарный вестник Военной академии ракетных Войск стратегического назначения. 2017. № 3 (7). С. 57—64.
5. Пригожин А. И. Современная социология организаций. М., 1995.
6. Турен А. Возвращение человека действующего. Очерк социологии. М. : Научный мир, 1998. С. 106—117.
7. Тюрина И. О. Action research // Добреньков В. И., Кравченко А. И. Методы социологического исследования. М. : Инфра-М, 2013. С. 607—626.
8. Ядов В. А. Социологическое исследование: методология, программа, методы. Самара, 1995.
9. Яницкий О. Н. Социальные движения: теория, практика, перспектива. М. : Новый хронограф, 2013.
10. Burns D. (2007) Systemic Action Research: A strategy for whole system change. Bristol : Policy Press at the University of Bristol.
11. Davison R., Martinsons M. & Kock N. (2004). Principles of canonical action research. *Information Systems Journal*. 14(1).
12. Fricke W., Pfeiffer S. Action Research perspectives in German social science 2015 International Journal of Action Research // Volume 11, Issue 1—2, 2015.

О. А. Ганина, В. А. Федотова

КЛЮЧЕВЫЕ НАВЫКИ В ПРОФЕССИОНАЛИЗАЦИИ СОВРЕМЕННЫХ СОЦИОЛОГОВ

ГАНИНА Ольга Александровна — старший преподаватель кафедры социологии и политологии, Пермский национально-исследовательский политехнический университет, Пермь, Россия.
E-MAIL: ganinaoa@yandex.ru
ФЕДОТОВА Вера Александровна — старший преподаватель кафедры социологии и политологии, Пермский национально-исследовательский политехнический университет, Пермь, Россия.
E-MAIL: fedotova888@yandex.ru

Аннотация. Характер и содержание профессионализации социологов в современных условиях подвергается изменениям. В статье рассмотрен процесс первичной профессионализации социологов, а именно аспекты формирования навыков в ходе получения высшего образования, среди которых выделяются контекстные и ключевые. С целью выявления некоторых глубинных особенностей современной профессионализации социологов с точки зрения освоения навыков было проведено фокус-групповое исследование с обучающимися по специальности «Социология». Полученные данные говорят о смещении акцентов от контекстных навыков в сторону ключевых — как со стороны запросов студентов, так и со стороны фактической реализации образовательного процесса. Поэтому наиболее значимым результатом первичной профессионализации социологов является комплекс ключевых навыков, а контекстные наслаиваются поверх них. При этом у социологов-выпускников наблюдаются относительная удовлетворенность уровнем формирования ключевых навыков, некоторый голод в отношении контекстных навыков и неопределенность личных профессиональных планов. На базе полученных результатов предложены меры поддержки воспроизводства социологической профессии.

Ключевые слова: профессионализация, высшее образование, компетентность, компетенции, контекстные и ключевые навыки

Поле профессий в современном мире меняется с беспрецедентной скоростью, каждое десятилетие множество профессий появляется и множество начинает стремительно устаревать. В таких условиях про-

фессиональное поле предоставляет специалистам конструктивистский простор сочетания компетенций на всевозможных стыках разных областей деятельности человека. В связи с этим трансформируется процесс профессионализации, под которой понимается овладение необходимыми профессиональными знаниями, умениями и навыками, а также адаптация к профессиональной среде [Цвык, 2003]. Выделяют первичную и вторичную профессионализацию, результатом первичной является становление специалиста, а вторичной — становление профессионализма, мастерства.

В данном исследовании речь пойдет о первичной профессионализации, ядром и важнейшим этапом которой считается профессиональное обучение, связанное в современных российских условиях с компетентностным подходом. Данная парадигма акцентирует внимание на степени «пригодности индивида к деятельности в постоянно меняющихся условиях и условиях постнеклассической неопределенности» [Родермель, 2012: 125]. Компетентность представляет собой «актуализируемое в деятельности, во взаимодействии с другими людьми, основанное на знаниях, интеллектуально и личностно обусловленное интегративное личностное качество человека, которое, развиваясь в образовательном процессе, становится и его результатом» [Зимняя, 2012: 10]. Компетентность реализуется в ходе непосредственной профессиональной деятельности, опираясь на компетенции как потенциальные способности решать профессиональные задачи. Более широким понятием, чем «компетенция», является термин «навык», соответствующий англоязычному skill, под которым мы понимаем способность выполнить задачу с предопределенным результатом. Опираясь на классификацию навыков, представленную авторами доклада «WorldSkillsRussia 2017» [Навыки будущего…, 2017], мы разделили навыки на две группы:

— «контекстные» — узкопрофессиональные навыки, применяются в конкретном контексте и требуют постоянного обновления;
— «ключевые» — более универсальны, применимы в различных жизненных контекстах личности, включают «кроссконтекстные» (например, тайм-менеджмент, навыки работы в команде), «метанавыки» (от логико-математического интеллекта до телесно-кинестетического и межличностного) и «экзистенциальные» навыки (способность ставить цели и достигать их, способность учиться и др.).

Эмпирическое исследование особенностей процесса высшего образования и первичной профессионализации социологов проведено нами

в марте 2018 г. Исследование осуществлено методом фокус-группового интервью с учащимися Пермского национально-исследовательского политехнического университета по направлению «Социология». Было проведено три фокус-группы, с численностью участников каждой группы от 10 до 15 человек. Три группы респондентов были учащимися очной формы соответственно первого, третьего и четвертого курса бакалавриата, общее число респондентов составило 40 человек.

Особенностью учащихся всех курсов стала **неопределенность личных профессиональных планов**, которая сохраняется даже на четвертом, заключительном курсе подготовки. *«Я не уверена, чем дальше заниматься, как воспримут меня работодатели, захотят ли меня нанять, что я вообще могу им дать»* (4 курс). Также общей характеристикой для все этапов обучения оказалась **нечеткость собственных представлений об имеющихся навыках**. Студенты осознают прежде всего овладение знаниевой составляющей, а также ряда навыков проектирования и подготовки социологических исследований, анализа данных, в том числе в статистических программных пакетах, таких как SPSS. Контекстные навыки перечисляют раньше ключевых в связи формализацией первых и постоянным упоминанием в ходе учебного процесса. На прямой вопрос «Чему вы научились в вузе, кроме специализированных навыков?» респонденты давали поток таких ответов, как *«искать информацию», «справляться с проблемами», «самоорганизация», «распределение времени», «самостоятельность», «взаимодействие с людьми»* и др.

Отмечается **ход формирования навыков от ключевых к контекстным**, а не наоборот. При этом удовлетворенность студентов уровнем развития ключевых навыков заметно выше, чем уровнем развития контекстных, выпускники ощущают существенный голод относительно практических контекстных навыков и углубления своей специализации. *«Мы не готовы… Нужны какие-нибудь курсы, чтобы практическое что-то поделать и отточить»* (4 курс).

На первом курсе студенческие **ожидания в отношении вуза** связаны с освоением профессии и получением контекстных навыков, тогда как к четвертому курсу они смещаются в сторону ключевых навыков, сосредоточенности на личностном развитии и восприятии университета как контекста собственного взросления. *«В университете важнее освоить не узкоспециальные hard-skills, а soft-skills, такие навыки, которые точно потом пригодятся, где бы и кем бы ты ни работал»* (3 курс). *«Вуз — это такая ступенька взросления, где мы учимся, собственно, жить, приобретаем*

какие-то навыки, которые потом в жизни понадобятся — и общие жизненные навыки, и профессиональные» (4 курс). Студенты-социологи отмечают, что такое отношение к высшему образованию не является прерогативой исключительно социологического образования. Напротив, они обозначают это как общую в рамках вузов **тенденцию перехода от развития контекстных навыков к ключевым**. Приоритет развития ключевых навыков перед контекстными они считают адекватным сложившейся в профессиональных отношениях ситуации. *«Гарантом профессионального успеха являются личные качества человека»* (4 курс).

Заключение. В ходе первичной профессионализации идет становление специалиста через профессиональное обучение и освоение ряда навыков. Выделив среди навыков «контекстные» и «ключевые», мы провели фокус-групповое исследование студентов-социологов. Ожидания будущих социологов от высшего образования на первых курсах связаны с освоением контекстных навыков, а на последних ожидания смещаются в сторону ключевых, так как гарантом профессионального успеха они уже считают личностные качества человека. Наиболее значимым результатом первичной профессионализации социологов является комплекс ключевых навыков, а контекстные наслаиваются поверх них. Удовлетворенность студентов уровнем развития ключевых навыков заметно выше, чем уровнем развития контекстных. В итоге первичной профессионализации социологов остается неопределенность личных профессиональных планов, связанная прежде всего с рассогласованностью их представлений о работе и рынке труда с реальным положением дел.

Данное исследование не претендует на всесторонний охват проблематики формирования навыков и характеристику всех студентов-социологов в связи с крайне малым объемом выборки. Тем не менее предполагаем, что выявленные особенности могут действительно иметь место, причем не только среди социологов, но и в целом среди представителей профессий типа «человек–человек». Результаты других исследований подтверждают гипотезу о более высоком значении ключевых навыков в противовес контекстным и с точки зрения работодателей при найме социологов на работу [Набиулина, Солодников, Цыбикова, 2016], и с точки зрения профессиональной самореализации в профессиях типа «человек–человек» [Сеткова, 2010].

Одной из необходимых мер для сохранения и воспроизводства профессии социологов является адаптация системы образования к смене парадигмы профессиональных навыков. В связи с этим в процессе

первичной профессионализации бакалавров-социологов необходимо переориентировать освоение контекстных навыков на практические формы обучения, а в целом сделать акцент на ключевых навыках, таких как критическое мышление, креативность, взаимодействие с людьми, эмоциональный и социальный интеллект, умение вести переговоры, когнитивная гибкость и др.

Список литературы

1. Зимняя И. А. Компетенция и компетентность в контексте компетентностного подхода в образовании // Иностранные языки в школе. 2012. № 6. С. 9—17.
2. Набиулина К. А., Солодников В. В., Цыбикова Д. Г. Выпускники социологических факультетов на рынке труда // Социологические исследования. 2016. № 8. С. 81—91.
3. Навыки будущего. Что нужно знать и уметь в новом сложном мире / Доклад WorldSkillsRussia 2017 / авторский коллектив Е. Лошкарева, П. Лукша, И. Ниненко, И. Смагин, Д. Судаков. URL: http://worldskills.ru/assets/docs/media/WSdoklad_12_okt_rus.pdf (дата обращения: 30.03.2018).
4. Родермель Т. А. Соотношение понятий «профессионализм» и «компетентность» в современном культурном контексте // Известия Томского политехнического университета. 2012. Т. 320. № 6. С. 125—127.
5. Сеткова Н. А. Социальный интеллект как личностная детерминанта профессиональной самореализации представителей профессий типа «человек-человек» // Психология в экономике и управлении. 2010. № 1. С. 57—63.
6. Цвык В. А. Профессионализация как социальный процесс // Вестник РУДН, серия Социология. 2003. № 4—5. С. 258—269.

Л. В. Клименко, О. Ю. Посухова

ПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В КОНТЕКСТЕ СОЦИАЛЬНО-ИСТОРИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВА

КЛИМЕНКО Людмила Владиславовна — доктор социологических наук, профессор кафедры технологий и организации туроператорской и турагентской деятельности, Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия.
E-MAIL: lucl@yandex.ru
ORCID: 0000-0001-7696-7830

ПОСУХОВА Оксана Юрьевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры регионалистики и евразийских исследований, Южный федеральный университет, Ростов-на-Дону, Россия.
E-MAIL: belloks@yandex.ru

Аннотация. Профессиональная идентичность формируется в процессе участия индивида в системе социально-трудовых отношений, характер которых определяется доминирующей производственной моделью (в индустриальном обществе — «тейлористско-фордистская» модель, в постиндустриальном — «модель нового глобального капитализма») и социально-профессиональной структурой общества (индустриальное, постиндустриальное/информационное общество). В обществах со сложившейся трудовой культурой и ценностями профессионального мастерства, с устойчивой статусной конфигурацией профессиональных групп, профессиональная идентичность выступает приоритетным фактором социального благополучия. Размывание критериев профессиональной стратификации, нестабильность трудовых отношений, теневизация профессиональной деятельности и другие проявления кризисности социально-экономического развития деформируют профессиональную идентичность и ослабляют ее интеграционный потенциал.

Ключевые слова: профессиональная идентичность, трудовая идентичность, социально-историческая динамика, прекариатизация

Профессиональная идентичность формируется в процессе участия индивида в системе социально-трудовых отношений, характер которых определяется доминирующей производственной моделью (в индустриальном обществе — «тейлористско-фордистская» модель, в постиндустриаль-

ном — «модель нового глобального капитализма») и социально-профессиональной структурой общества (индустриальное, постиндустриальное/информационное общество).

Профессиональная идентичность складывается при переходе от индустриального к постиндустриальному обществу, когда жесткая социальная структура с устойчивой конфигурацией основных социальных классов в обществе сменяется подвижной системой социально-профессиональной стратификации. Профессиональная идентичность приходит на смену трудовой идентичности, которая соотносится с классовой структурой индустриального общества и определяется характером труда (механический труд, конвейер, автоматизированное производство). В обществах модернового типа при численном доминировании среднего класса социоструктурная дифференциация смещается в область ценностей и стилей жизни, а также содержательного характера трудовой деятельности, который определяется уровнем образования и квалификации.

В развитой фазе индустриального развития доминирует корпоративная или организационная идентичность, когда работник связывает свою профессиональную судьбу со служением, как правило, в крупной корпорации (наемный труд на условиях полной занятости). Такой характер профессиональной идентичности сопряжен с особым типом социально-трудовой этики, в центре которой располагаются организация и ее интересы, а лояльность организации вознаграждается «корпоративным патернализмом». Чаще всего достижение единых корпоративных стандартов предполагает рутинизацию и типизацию трудовых операций, что соответствует модели массового производства.

В постиндустриальном обществе принципиально изменяются структура занятости и характер трудовых отношений [Профессии социального государства, 2013]. Приобретает значимость не только место работы, но и содержание труда, который становится все более квалифицированным. Вместо повторяемости и корпоративизма на первое место выходит индивидуализация и кастомизация трудовых отношений, что отражается на характере профессионального сознания. С развитием сети интернет, беспроводных технологий, облачных сервисов и пр. кардинальным образом изменяются принципы ведения бизнеса и организации труда, когда появляется многомиллионный слой сетевых работников.

В стабильных экономических (со сбалансированным рынком труда, фиксированными трудовыми правами, долгосрочными гарантиями) и социальных (сложившаяся прочная система ценностей и социальных

связей) условиях современных обществ профессиональная идентичность выполняет интегративные по отношению ко всей общественной системе функции, способствуя воспроизводству сложившейся социальной структуры и моделей социально-трудовых отношений. В свою очередь, динамичные изменения в социальном положении профессиональных групп, в принципах организации трудового процесса напрямую влияют на жизненные условия работников, их самосознание и модели социального поведения, что влечет за собой социетальные трансформации, которые могут дестабилизировать общественную систему.

Ускорение процессов глобализации и череда экономических кризисов привели к нарастанию флексибильности социально-трудовых отношений, когда распространяются гибкие принципы в сфере оплаты труда, найма и перемещения работников, организации рабочего времени, новые формы трудовых отношений. Неопределенные социально-трудовые отношения вызывают процесс прекариатизации труда, который понимается как деформация/кризис трудовых отношений, выражающийся в возникновении многочисленных групп работников, постоянно занятых временным, негарантированным трудом, что связано с ущемлением социально-трудовых прав этой категории населения и уязвимостью, ненадежностью их социального положения [Антропология профессий…, 2012]. Прекариатизация деформирует профессиональную идентичность и ослабляют ее интеграционный для общества потенциал.

На постиндустриальном этапе общественного развития прекариатизация затрагивает не только сферу труда, но и всю систему социальных отношений, меняя традиционную структуру общества в развитых и развивающихся странах. Оформляется новый класс — прекариат, включающий как работников с низкими доходами, работников временной занятостью, безработных, так и занятых с высоким уровнем образования и профессиональной квалификацией, трудовая деятельность которых происходит в условиях нестабильности, отсутствия карьерных перспектив, нарушения или отсутствия трудовых договоров, низкого качества условий труда и пр. Прекариатизация, таким образом, усиливает социальное неравенство и создает системные риски депрофессионализации.

В условиях социально-территориальных и региональных диспропорций развития российского общества мегаполисы, с одной стороны, являются центрами экономического, социального и культурного развития, с другой — оказывают деструктивное влияние, так как в них наиболее выражены анонимность социального общения, низкий уровень институ-

ционального доверия неформальный социальный контроль, сегментация и неравенство образа жизни различных слоев населения.

Для жителей мегаполиса с индивидуализированными жизненными траекториями профессиональная идентичность — основной критерий интеграции в социальную жизнь, так как самосознание и самопричисление к определенной социально-профессиональной группе позволяет адекватно определить структурированные различия между разными слоями горожан, уйти от противопоставления населения мегаполисов и «другой» России [Исаев, 2017; Клименко, Посухова, 2017].

Важную роль в формировании профессиональной идентичности жителей мегаполиса играют современные медиа, которые становятся пространством отражения, критической рефлексии и ретрансляции профессиональной идентичности. Когнитивное моделирование показывает, что в системе взаимодействия медиа и профессиональной идентичности существует как минимум три замкнутых разгоняющих цикла. Воздействуя на факторы, составляющие цикл, можно укреплять либо разрушать профессиональную идентичность.

В обществах со сложившейся трудовой культурой и ценностями профессионального мастерства, с устойчивой статусной конфигурацией профессиональных групп профессиональная идентичность выступает приоритетным фактором социального благополучия. Размывание критериев профессиональной стратификации, нестабильность трудовых отношений, теневизация профессиональной деятельности и другие проявления кризисности социально-экономического развития деформируют профессиональную идентичность и ослабляют ее интеграционный потенциал.

Список литературы

1. Антропология профессий: границы занятости в эпоху нестабильности / под ред. П. Романова, Е. Ярской-Смирновой. М. : Вариант : ЦСПГИ, 2012.
2. Исаев Д. П., Клименко Л. В., Нор-Аревян О. А., Посухова О. Ю., Трапш Н. А., Фролова А. С. Профессиональная идентичность в российском обществе (вопросы истории, теории, практики). Ростов н/Д : ЮФУ, 2017.
3. Клименко Л. В., Посухова О. В. Социетальные аспекты профессиональной идентичности социально-ориентированных групп в российском обществе (к постановке проблемы) // Общество и экономика. 2017. № 3—4.
4. Профессии социального государства / под ред. П. В. Романова, Е. Р. Ярской-Смирновой. М. : Вариант : ЦСПГИ, 2013.

О. Б. Иванов

СОЦИОЛОГ И КОНФЛИКТОЛОГ В ПРЕДУПРЕЖДЕНИИ И УРЕГУЛИРОВАНИИ СОЦИАЛЬНЫХ КОНФЛИКТОВ

ИВАНОВ Олег Борисович — председатель Коллегии медиаторов при Торгово-промышленной палате Московской области, руководитель Центра урегулирования социальных конфликтов, Москва, Россия.
E-MAIL: collegiamo@gmail.com

Аннотация. Рассматривается роль конфликтологии и социологии при угрозе возникновения социальных конфликтов, а также при их возникновении. Доказывается необходимость проведения конфликтологической экспертизы в целях профилактики социальных конфликтов. Показывается необходимость участия конфликтологов и социологов в случае возникновения социальных конфликтов, в том числе в разрешениие таких конфликтов с помощью медиации (альтернативной процедуры урегулирования споров с участием посредника).

Ключевые слова: органы власти, государство, гражданское общество, социальный конфликт, реновация, конфликтологическая экспертиза, социолог, конфликтолог, медиация

Во многих современных государствах в различных направлениях социально-политической сферы могут возникать определенные разногласия, переходящие в конфликты. Участниками таких конфликтов, как правило, являются органы публичной власти и представители гражданского общества.

Один из наиболее ярких социальных конфликтов последних лет связан с общественной реакцией на проект федерального закона «О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О статусе столицы Российской Федерации» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в части установления особенностей реновации жилищного фонда в столице Российской Федерации — городе федерального значения Москве» (так называемый законопроект о реновации).

Инициатива Правительства г. Москвы вызвала серьезный социальный конфликт в столице. Значительная часть москвичей поддержала реновацию, надеясь по ее итогам получить более просторное, современное

и благоустроенное жилье. С другой стороны, многие граждане высказались против программы, ссылаясь на нарушение Конституции Российской Федерации (в отношении права собственности) и значительное повышение нагрузки в будущем на городскую инфраструктуру.

Этот социальный конфликт в конечном итоге привел к повышению уровня протестных настроений в Москве. В его частичном урегулировании важную роль сыграло своевременно поступившее предложение о переносе рассмотрения законопроекта о реновации. Более детальное экспертное и общественное обсуждение проблемы позволило снять почти все спорные моменты и существенно уменьшило градус социальной напряженности среди москвичей [Власти Москвы и депутаты Госдумы…, 2017].

Вместе с тем такое обсуждение должно проводиться до того, как конфликт разгорелся, вошел в активную стадию, т. е. еще на этапе разработки проекта соответствующего нормативного правового акта. Вот почему перед принятием решений такого уровня необходимо проводить конфликтологическую экспертизу, при которой профессиональные социологи, политологи и конфликтологи будут оценивать эти решения с точки зрения соблюдения интересов гражданского общества, их конфликтогенности [Никовская, 2012; Иванов, 2016].

Целью такой экспертизы является выработка предложений по снижению конфликтной напряженности в обществе, своевременной профилактике и урегулированию социальных и социально-политических конфликтов.

Следует отметить, что речь идет не об общественной или об экспертно-отраслевой экспертизе, а именно об экспертизе конфликтологической. Ее должны проводить не специалисты в своей области (инженеры, экологи и т. д.), но и не «неквалифицированные» представители институтов гражданского общества (актеры, музыканты художники и т. д.). Это узкоспециальная экспертиза, проводимая специалистами, которые понимают протоконфликтную природу взаимоотношений государства и гражданского общества,— социологами, политологами, конфликтологами,— и которые на основании такого понимания могут проводить необходимые исследования, в том числе социологического характера [Цой, Иванов, 2016].

Цель конфликтологической экспертизы — предупредить и отчасти обезопасить власти от необдуманных действий, решений, законопроектов, которые могут вызвать социальную нестабильность, а также способствовать выявлению возможных позитивных и негативных социально-экономических, политических, правовых и иных последствий их принятия.

Вторая ключевая функция конфликтологов и социологов — участие в урегулировании социальных конфликтов, таких как градостроительные, экологические, политические и т. д. [Иванов, 2017]. Социальный конфликт гораздо проще погасить на ранней стадии его развития, именно поэтому так важна конфликтологическая экспертиза действий и решений властей. Однако в том случае, если социальный конфликт все-таки «разгорелся» и вышел из-под контроля, социологи, конфликтологи, политологи могут выступить в качестве посредников при его урегулировании и недопущении дальнейшей эскалации.

Важно понимать, что социальные конфликты — серьезная угроза для нормального функционирования государства и общества. Ее устранение требует участия «спасателей» и «пожарных» — профессиональных конфликтологов, которые помогут быстро и эффективно урегулировать разногласия цивилизованным образом. Усиление роли посредников в решении споров и разногласий, наделение их модераторскими функциями позволят сторонам находить взаимоприемлемые компромиссные решения. Эти люди не занимают чью-либо позицию, их задача — создать условия для конструктивных и цивилизованных переговоров, которые приведут к соглашению, устраивающему все стороны.

Идеально, если при этом они еще обладают специальными знаниями в сфере медиации (альтернативной процедуры урегулирования споров с участием посредника), которая является одним из наиболее эффективных инструментов, имеющих определяющее значение для взаимоотношений между обществом и государством.

Однако в любом случае социологи и конфликтологи могут консультировать органы власти и других заинтересованных лиц, как с минимальными последствиями урегулировать социальный конфликт.

Список литературы

1. Власти Москвы и депутаты Госдумы в апреле обсудят снос пятиэтажек в столице // Право.ru. 21.03.2017. URL: https://pravo.ru/news/view/139141/ (дата обращения: 05.04.2018).
2. Иванов О. Б. Роль института общественного контроля России в разрешении социально-политических конфликтов //Власть. — 2017. № 10. — С. 29—35.
3. Иванов О. Б. Социальные конфликты во взаимоотношениях государства и гражданского общества // Современные проблемы взаимодействия российского государства и общества. 2016. С. 3—4. URL: http://

conflictmanagement.ru/sotsialnyie-konfliktyi-vo-vzaimootnosheniyah-gosudarstva-i-grazhdanskogo-obshhestva (дата обращения: 05.04.2018).
4. Никовская Л. И. Место и роль конфликтов во взаимодействии власти и гражданского общества // Культура конфликта во взаимодействии власти и гражданского общества как фактор модернизации России. 2012. С. 100—113.
5. Цой Л. Н., Иванов О. Б. Медиация и конфликтология: методологические и предметно-содержательные различия // Власть. 2016. № 10. С. 69—75.

И. А. Огородникова, М. В. Озерова, Э. С. Клюкина

СОЦИОЛОГ — ПРОЕКТИРОВЩИК И ПРАКТИК РЕШЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ

ОГОРОДНИКОВА Ирина Анатольевна — кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры социологии, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, Омск, Россия.
E-MAIL: ogorodnikova.irina@gmail.com

ОЗЕРОВА Мария Викторовна — кандидат социологических наук, основатель компании, директор проектов, исследовательская компания SREdA, Москва, Россия.
E-MAIL: mv.ozerova@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-3858-756X

КЛЮКИНА Элина Сергеевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры экономики, управления и социологии, филиал ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет» в г. Апатиты, Апатиты, Россия.
E-MAIL: elina_klukina@mail.ru
ORCID: 0000-0003-0085-5554

Аннотация. Современное требование к социологу выйти за пределы диагностики рассматривается на примере проектирования востребованного решения в области профориентационной работы с молодежью. Проектная идея основывается на результатах актуальных социологических исследований социально-профессионального самоопределения молодежи. Согласно выводам социологов, выбор профессии происходит в условиях высокой неопределенности на рынке труда, молодежь ориентируется скорее на собственные интересы, представления о престиже профессий, чем на текущие и перспективные потребности рынка, решения молодых людей не всегда осмыслены стратегически, слабо согласованы с имеющимися ресурсами. Проектное решение позволяет выйти за ограничения распространенного в профориентации подхода: раскрыть спектр профессий и протестировать молодых людей на их соответствие требованиям. Преодоление противоречий, выявленных в ходе исследований, требует от профориентационных проектов новых целей и форматов. Наряду с ликвидацией дефицита информации о рынке труда и о самом себе необходимо предлагать молодежи обдумывать и проектировать пути к желаемому социальному положению, образу жизни.

Ключевые слова: позиции социолога, социолог-практик, социолог-проектировщик, практическое приложение, профессиональная ориентация, социально-профессиональное самоопределение молодежи, престиж профессии, диагностика, проектирование

В формирующемся гражданском обществе развивается движение «малых дел»: от общих, ни за что не отвечающих предупреждений и рекомендаций властям и обществу перейти к практическим делам. «Малые дела» пронизывают общество горизонтальными нитями, делающими ткань общества более упругой, способной к действенному отклику на воздействия извне. К множественности социальных ролей и позиций социолога можно добавить роль «человека действующего» — проектировщика конкретных решений.

Такая роль не входит в противоречие с требованием беспристрастности, объективности. Скорее, речь идет о переходе в другую плоскость развития профессии социолога. Прекрасный образ разведчика, предложенный Питером Бергером, как бы подразумевает, что где-то есть штаб, знающий, что делать с данными, собранными социологами. В современной реальности оказывается, что есть только два штаба: предвыборный и маркетинговый. Но достаточно ли этого современному обществу? На Грушинской конференции 2017 года организаторы стремились направить обсуждение в русло осмысления необходимости пролонгировать работу социолога от диагностики до консалтинга, поскольку таковы сегодня требования заказчика. Мы бы хотели осмыслить эту идею с другого ракурса.

Наука занимается своим делом, добывает «разведданные». Однако возникают простые вопросы: для кого, для чего? Безусловно, у идеи, научного вывода или конкретных данных есть потенциал практического применения. Но на этом пути действует инерция. Иногда она связана не с принципиальными позициями, а с неумением/нежеланием отыскивать общественно полезное «приложение», проектные решения. Само понятие «приложение», пришедшее в словарь повседневности вместе с цифровыми технологиями, кажется нам удачным для обозначения продукта деятельности социолога-практика.

Осмелимся предложить пример такого Приложения, проектного решения в области профориентации, содействия социально-профессиональному самоопределению молодежи. Существующий большой массив социологических исследований об образовательных и профессиональных

траекториях, мотивах и факторах выбора профессий является основой для разработки Приложения. Проектное решение выглядит как результат «сложения пазлов», частями которого, пазлами, выступают выводы социологов о трендах и вызовах.

Пазл 1. Профессиональное самоопределение современных молодых людей происходит в ситуации высокой неопределенности и быстрых изменений на рынке труда. Согласно прогнозам Microsoft и The Future Laboratory, «65% нынешних школьников и студентов займут должности, которые еще не существуют» [Названы профессии, которые исчезнут…, 2018].

Пазл 2. Молодежь при выборе профессии больше ориентируется на личные интересы, игнорируя риски, существующие на рынке труда [Константиновский, Попова, 2015]. О данном феномене поведения молодежи свидетельствуют конкурсы любого вуза, в перечень направлений подготовки которых входят юридические иэкономические специальности.

Пазл 3. Характер профессиональных предпочтений молодежи можно охарактеризовать как хаотический, наблюдается их слабое соответствие объективным и перспективным потребностям общества [Селиванова, 2017]. Исследователями фиксируется рассогласованность между выбором учреждений профессионального образования и выбором будущей профессии [Угольнова, 2011].

Пазл 4. Рассогласованность образования и профессии не есть злой умысел. Образовательная и профессиональная траектории — разнородные перемещения в пространстве социальных позиций. Важный для проектирования решения вывод: «образовательная траектория может выступать в виде своего рода «инвестиций», а профессиональная траектория становится социальным полем применения данных ресурсов или их конверсии в соответствующие позиции на рынке труда» [Чередниченко, 2011: 51].

Пазл 5. Молодежь не знает, чего хочет, не уверена в правильности совершаемого выбора профессии, откладывает этот выбор. Вынесем за скобки обвинения молодежи в безответственности. Сосредоточимся на важном для проектирования тезисе, сформулированном Д. Л. Константиновским и Е. С. Поповой: «отсутствуют надлежащие связи между рынком труда и его ресурсом — теми, кто может прийти в национальную экономику в качестве квалифицированных работников» [Константиновский, Попова, 2015: 43]. Для проектирования решений

в области профориентации очень важен учет ресурсов, которыми обладает индивид, делающий выбор, так как молодежь имеет неравные шансы на реализацию собственных устремлений.

Пазл 6. Традиционная дилемма социологии «структура–деятель». Изучение трансформации социальной структуры современного российского общества дало основание для вывода, что на сегодняшний день структура стала более сильным фактором, нежели личные усилия.

Пазл 7. Молодые люди ориентируются, как правило, на социальные группы высокого статуса и престижа. Образцы обеспеченной красивой жизни закрепляются в ролевых структурах молодых людей в форме ожиданий и притязаний [Михайлова, Черкасова, 2015: 55]. Авторы данной статьи в исследовании студентов ССУЗов и ПУ пришли к аналогичному выводу, что население правильно угадывает, какие профессии в своих высших эталонах обеспечивают пребывание в желаемом социальном слое, отдельный представитель этого населения надеется, что он со своим дипломом окажется в высших стратах, хотя на деле это не всегда так [Огородникова, Павленко, Озерова, 2014].

Если рассматривать пазлы по отдельности, остается открытым вопрос: «Что делать?». Конечный результат исследований в виде указания на необходимость профориентационной работы подразумевает, что содержание этой работы понятно: раскрыть спектр профессий и протестировать молодых людей на соответствие их требованиям. Сложение пазлов позволяет оформить основную идею Приложения иначе: профессиональная ориентация не может ограничиться информацией о профессиях и тестированием претендентов. *Нужно предлагать молодому человеку обдумать путь к желаемому социальному положению.*

Методически Приложение включает в себя проектирование форм, в которых будут работать участники профориентации, для поиска ответов на следующие вопросы. Во-первых, как выглядит «станция» на жизненном пути, которая устроит молодого человека в качестве конечной или хотя бы близкой к ней? Во-вторых, какие маршруты могут вести к желаемому результату? На разных маршрутах начальные и промежуточные станции различаются. Чем? В-третьих, какие ресурсы имеются у соискателя, чтобы выбрать начальную станцию? Какие ресурсы, и в каком количестве имеются, чтобы пройти этот путь? В-четвертых, какие усилия готов приложить соискатель, чтобы двигаться по выбранному маршруту.

В такой процедуре профессия выступает только инструментом для достижения желаемого социального положения в обществе. Это не от-

меняет того, чтобы информация об инструменте была в распоряжении соискателя.

Социолог, выбравший в качестве практической работы разработку данного Приложения, должен решать проектные задачи. Ему будут нужны специалисты других специальностей, в таком случае междисциплинарность также приобретает практические черты. Первая стадия реализации проекта, его апробация должна быть в руках автора-социолога. Эту стадию нельзя отдать в «чужие руки». Масштабирование проекта — следующая стадия. *В принципе схема работы социолога-практика идентична схеме проектной деятельности. Только в данном случае социолог выступает не исполнителем заказа, а его инициатором, что существенно меняет значимость его профессиональных качеств в роли разведчика.*

Список литературы

1. Константиновский Д. Л., Попова Е. С. Молодежь, рынок труда и экспансия высшего образования // Социологические исследования. 2015. № 11. С. 37—48.
2. Михайлова Е. А., Черкасова Т. В. Ценностно-мотивационные ориентации студентов в современных социально-политических реалиях (на примере Республики Башкортостан) // Социологический журнал. 2015. № 2. С. 51—67.
3. Названы профессии, которые исчезнут с российского рынка труда в ближайшие годы // Expert ONLINE. 2017. URL: http://expert.ru/2017/09/19/professii/ (дата обращения: 07.03.2018).
4. Огородникова И. А., Павленко К. В., Озерова М. В. Престиж статуса квалифицированного рабочего: по материалам социологического исследования в г. Омске. Омск : Изд-во Ом. гос. ун-та, 2014.
5. Селиванова З. К. О жизненных целях и профессиональных предпочтениях старших подростков // Социологические исследования. 2017. № 5. С. 51—56.
6. Угольнова Л. Е. Трудоустройство выпускников учреждений профессионального образования (по данным мониторинга экономики образования 2010 год) // Вопрос образования. 2011. № 3. С. 244—260.
7. Чередниченко Г. А. Молодежь после получения среднего образования: накопление образовательных ресурсов и профессиональные траектории // Социологический журнал. 2011. № 2. С. 49—75.

А. В. Саблуков

СОЦИОЛОГИЯ В КОНТЕКСТЕ ЦИФРОВОЙ РЕВОЛЮЦИИ

САБЛУКОВ Александр Валентинович — доктор социологических наук, профессор кафедры социологии МО и СПН, Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия.
E-MAIL: asablukov@mail.ru

Аннотация. В статье на примере публикаций в журнале «Социологические исследования» анализируются последствия цифровой революции для социологической теории и практики. Ставится вопрос о готовности социологической науки и социологов к работе в новых условиях, о необходимости не только методического и технологического переоснащения при проведении социологических исследований на основе больших баз данных, но и о разработке методологии данных исследований и теоретических конструктов, способных оказать помощь в анализе полученных результатов и их интерпретации.

Ключевые слова: цифровая революция, big data, цифровизация общества, цифровая социология, социологии цифрового пространства, социологические исследования, социальные последствия.

Сегодня весь мир переживает очередной этап информационно-коммуникативной революции, связанной с цифровизацией всех сторон нашей жизни. Очевидные вопросы, которые не могут нас не беспокоить, связаны с тем, каковы последствия этого процесса, как изменится в связи с этим наша жизнь, к чему готовиться нам и чему учить молодежь. Какие-то ответы на эти вопросы мы находим в собственной практике (как практике преподавания, так и повседневной жизни). Какие-то пытаемся найти совместно, в том числе и путем проведения подобных конференций.

Спектр оценок, последствий цифровизации для общества в целом и отдельного человека достаточно широк: от восторженного оптимизма, до сдержанного пессимизма. Так, например, в докладе Всемирного банка «Цифровые дивиденды» [Доклад о мировом развитии, 2016] говорится, что расширение доступа к цифровым технологиям несет многим людям богатство выбора и большие удобства. Однако в том же докладе отмечается, что, во-первых, совокупный эффект от использования цифровых

технологий оказался слабее ожидаемого и распределяется неравномерно. Во-вторых, цифровые технологии, изменяя мир, одновременно ведут к поляризации, усилению неравенства, причем как в развитых, так и развивающихся странах.

И, наконец, в-третьих, как подчеркивают авторы доклада, чтобы максимально использовать потенциал цифровой революции, странам необходимо заниматься и «аналоговыми дополнениями»: совершенствовать законодательство, обеспечивающее конкуренцию между компаниями, приводить квалификацию работников в соответствие с требованиями новой экономики и обеспечивать подотчетность институтов.

Представляется, что именно в этом контексте и есть смысл говорить о социологии цифрового пространства. В связи с этим хотелось бы остановиться на следующих принципиальных, на наш взгляд, моментах.

Прежде всего следует отметить, что социология может и должна внести свой вклад в осмысление социальных последствий цифровой революции.

С сожалением следует констатировать, что пока сколь-либо заметных работ в этом направлении крайне мало. Пока не защищено ни одной диссертации, имеющей непосредственное отношение к данной проблематике. С научными публикациями в этой сфере дело обстоит несколько лучше, но тоже не блестяще. Безусловно, проанализировать все, что написано и опубликовано социологами в последние годы во всех возможных изданиях, достаточно сложно, но если взять ведущий социологический журнал «СОЦИС», то публикаций, связанных с цифровой проблематикой, за период с 2014 г. по настоящее время наберется не больше десятка. В первую очередь следует отметить статьи В. И. Дудиной «Социологическое знание в контексте развития информационных технологий» [Дудина, 2015] и «Цифровые данные — потенциал развития социологического знания» [Дудина, 2016]. Несомненный интерес представляют рассуждения автора о влиянии цифровизации общества и, прежде всего, цифровых технологий на методологию социологического знания, методики сбора, обработки и анализа данных, профессиональную деятельность социолога. Автор вполне обоснованно актуализирует проблему отставания доминирующих в современном социологическом знании парадигм от происходящих в обществе изменений, что затрудняет их использование для интерпретации результатов исследований, полученных на основе анализа больших массивов данных и с применением современных методов и технологий.

О будущем социологии в контексте цифровой революции рассуждает в своей статье «Социология в сетевой среде: к цифровым социальным

исследованиям» [Журавлева, 2015] Е. Ю. Журавлева. На основе анализа зарубежных публикаций автор одним из путей преодоления наступающего кризиса в социологических исследованиях считает формирование такого самостоятельного научного направления в социологии, как «цифровая социология». Во-первых, она могла бы стать преемницей созданных раннее разделов социологических исследований — «кибер-социологии», «социологии Интернета», «е-социологии», «социологии онлайн-коммуникации», «социологии социального медиа» и «социологии киберкультуры» [Журавлева, 2015: 32], а во-вторых, осуществляла бы тесную взаимосвязь с цифровыми науками как на уровне общих инструментов, техник, сервисов, так и на уровне электронного сотрудничества и общих проектов.

Целый ряд авторов посвятили свои работы проблемам и перспективам социологических исследований на основе больших баз данных. Особо в связи с этим хотелось бы отметить статью известного отечественного специалиста в области теории измерений и методов анализа социологических данных Ю. Н. Толстовой «Социология и компьютерные технологии» [Толстова, 2015]. Автор вполне обоснованно ставит вопрос о степени готовности отечественной социологии в целом и большинства представителей социологического сообщества к работе с учетом и использованием современных цифровых технологий. А основное содержание статьи посвящено описанию перспективных для социологии и социологов технологий с учетом современных особенностей хранения и передачи информации.

Методологическим задачам, которые предстоит решать аналитикам при работе с большими данными в интернете, посвящена статья «Online Big Data как источник аналитической информации в онлайн-исследованиях» Н. В. Корытниковой [Корытникова, 2015]. Основную проблему автор видит в том, что неразработанность концептуально-методологических схем анализа больших объемов информации как в онлайн-исследованиях, так и в целом ставят под сомнение достоверность получаемых результатов, а следовательно и их применение в социологических исследованиях в настоящее время.

Опытом работы, связанным с социологическим анализом массивов данных, делятся авторы статьи «Проблемы и перспективы исследований на основе Big Data» [Волков, Скугаревский, Титаев, 2016]. Вместе с тем, как в предыдущих статьях, так и в этой, ставятся вопросы готовности социологической науки к работе с большими объемами информации,

а также как должны трансформироваться методы социологического исследования в связи с тем, что социология сталкивается с принципиально новыми типами данных.

Как можно заметить, все вышеперечисленные работы связаны с анализом готовности социологии как науки реализовать свой потенциал в условиях цифровой революции и, прежде всего, в исследованиях на основе больших баз данных. А как же обстоит дело с теоретическим осмыслением социальных последствий информационно-технологических изменений? Такие работы тоже есть, но их крайне мало, а затрагиваемый в них круг вопросов весьма ограничен. В качестве примера приведем статью В. А. Шабашева и Л. Н. Щербаковой «Тенденции цифрового неравенства/равенства в современном мире» [Шабашев, Щербакова, 2016]. Хотя авторы рассматривают обозначенную ими проблему прежде всего в экономическом контексте, выводы, к которым они приходят, затрагивают и многие другие сферы жизни общества.

Несколько шире о последствиях цифрового неравенства говорится в статье «Развитие информационно-коммуникационных технологий и перспективы гражданского общества» [Левашов и др., 2016]. Авторы полагают, что своевременное и адекватное внимание ученых к феномену социальных эффектов цифровой революции может не только обеспечить прорыв в будущее, но и поставить ее на службу обществу.

Проведенный нами выборочный анализ публикаций в контексте цифровой революции позволяет сделать несколько выводов. Во-первых, социология может и должна внести вклад в извлечение нового знания из массивов информации, создаваемых новыми технологиями. В-вторых, вполне обоснованно уже можно говорить не только о зарубежном, но и об отечественном опыте социологических исследований на основе больших баз данных. В-третьих, если технологическая сторона исследований демонстрирует способность к трансформации, прежде всего за счет расширения контактов со специалистами областей смежных с big data, то теоретическое осмысление социальных последствий цифровой революции пока отстает.

Список литературы

1. Волков В. В., Скугаревский Д. А., Титаев К. Д. Проблемы и перспективы исследований на основе Big Data (на примере социологии права) // СОЦИС. 2016. № 1. С. 48—58.

2. Доклад о мировом развитии 2016 «Цифровые дивиденды» / Всемирный банк. 2016 год. Обзор. Вашингтон, округ Колумбия. Лицензия: Creative Commons Attribution CC BY 3.0 IGO.
3. Дудина В. И. Социологическое знание в контексте развития информационных технологий) // СОЦИС. 2015. № 6.С. 13—22.
4. Дудина В. И. Цифровые данные — потенциал развития социологического знани) // СОЦИС. 2016. № 9.С. 21—30.
5. Журавлева Е. Ю. Социология в сетевой среде: к цифровым социальным исследованиям. // СОЦИС. 2015. № 8.С. 25—33.
6. Корытникова Н. В. Online Big Data как источник аналитической информации в онлайн-исследованиях) // СОЦИС. 2015. № 8.С. 14—24.
7. Левашов В. К., Сарьян В. К., Назаренко А. П., Новоженина О. П., Тощенко И. Ж., Шушпанова И. С., Саломатина Е. В. Развитие информационно-коммуникационных технологий и перспективы гражданского общества // СОЦИС. 2016. № 9. С. 13—20.
8. Толстова Ю. Н. Социология и компьютерные технологии // СОЦИС. 2015. № 8. С. 3—13.
9. Шабашев В. А., Щербакова Л. Н. Тенденции цифрового неравенства/равенства в современном мире // СОЦИС. 2016. № 9. С. 3—12.

А. В. Яковенко

СОВЕСТЛИВОСТЬ КАК ПРОФЕССИОНАЛЬНОЕ КАЧЕСТВО СОЦИОЛОГА

ЯКОВЕНКО Андрей Вячеславович — доктор социологических наук, профессор кафедры социологии Луганского национального университета имени Владимира Даля, Луганск, Украина.
E-MAIL: daoav@rambler.ru

Аннотация. В условиях перехода общественных отношений в новые технологические и коммуникационные форматы вопрос о совестливости как неотъемлемом профессиональном качестве социолога не снимается с повестки, а кардинальным образом обостряется. В статье выделены и кратко охарактеризованы три основания для сохранения совестливости в значении базисного компонента профессиональной деятельности: а) гуманистический традиционализм; б) профессиональный прагматизм и в) прогностический фатализм. Отмечается, что для социолога ключевой остается способность к овладению устойчивыми навыками быть проводником идей одушевления и воодушевления социоинженерных проектов отчетливыми общественно значимыми, неагрессивными и честными смыслополаганиями. Аргументируется необходимость отказа от соблазнов становиться прямыми или косвенными проводниками идей, программ и сценариев, направленных на продвижение к миру нейромонополий и важность воспроизводства попыток предупреждения социума от практически неизбежного в таком случае коллапса.

Подчеркивается, что социологам, возможно, еще есть смысл, осознавая гипердинамику, катастрофическую конфликтогенность и слабую управляемость социальных трансформаций, опираясь именно на фундамент совестливости, заложенный основателями науки, отстаивать позиции, позволяющие не превратиться в мобильные приложения к гаджетам, а быть самостоятельными разработчиками «процессоров», генерирующих гуманистические социоориентиры.

Ключевые слова: социолог, совестливость, профессионализм, смысл, социальная инженерия, технологии, управление, гуманизм

Актуальная полемика о судьбах профессии социолога, возможностях и конфигурациях ее модернизации и даже аннигиляции оттеняет, превращает едва ли не в архаизм вопрос о важности сохранения такого качества, как совестливость. Тем не менее представляется значимым очередное напоминание о необходимости удержания принципа совестливости в статусе базисной составляющей для профессиональной деятельности социолога в период перехода общества в развивающуюся технооболочку и адаптации его к абсолютно новым социальным реалиям.

Мир заступил за черту традиционного биологического существования. Привычная атрибутивность (физический труд, смертность, естественное продолжение рода, непосредственная контактная коммуникация) теряет свою однозначность. Социальные институты деградируют, неэффективность их ритуалистики становится все отчетливее. Социология фиксирует это давно и системно. Новейшие технологии способны создавать масштабные плацдармы для открытых, искренних, совестливых отношений, смягчать истероидность общества. Такая перспектива вызывает конвульсивное сопротивление приверженцев и выгодоприобретателей порядков, зиждущихся на агрессивной аморальности. Социологов хотят заставить играть по новым-старым правилам. Мы рискуем окончательно потерять не только лицо, но и душу социологии, лишиться опоры на остатки авторитета совестливого и нестяжательского пласта корифеев, к которым принадлежал и Б. Грушин.

Под совестливостью без морализаторства и псевдопафосности в данном ключе традиционно понимается острое переживание за соблюдение корректности исследовательских процедур и самоопределение в качестве профессионалов, четко ориентированных на культивирование и поддержку в общественных отношениях платформы гуманности, неагрессивности и социальной эмпатии, отдающих отчет в кратковременных и долгосрочных социальных последствиях собственных действий.

В совестливости «зашиты» сразу несколько давно обсуждаемых (если не сказать «вечных») позиций и наряду с этим сложностей в плане их практической реализации. В частности:

— общий принцип: помнить и стремиться выправлять собственные ошибки, тем более проступки, особенно нелицеприятного морального плана;
— профессиональное реноме: не соглашаться на выполнение задач, последствия от реализации которых очевидны в плане их этической небезупречности;

— гуманистическое смыслополагание: разрабатывать, поддерживать и участвовать в реализации проектов, расширяющих пространство открытых социальных отношений, способствующих увеличению числа здоровых (по Э. Фромму), самоактуализирующихся (по А. Маслоу), альтруистичных (по П. Сорокину) личностей.

Обращаясь к аргументационной базе в пользу совестливости, затронем лишь три наиболее очевидных довода: а) гуманистический традиционализм; б) профессиональный прагматизм и в) прогностический фатализм. Гуманистический традиционализм опирается на известное и сохраняющее остатки воспитательного накала апеллирование к наследию классиков социологической науки, вокруг которого создается, не без понятного мифологизаторства, ореол совестливого и порой даже жертвенного отношения к профессиональному долгу. Даже родоначальником социологической науки канонически обозначена фигура отчаянного романтика и гуманиста О. Конта.

Что же касается целесообразности наличия совестливости, исходя из сугубо прагматических причин, то здесь важно проакцентировать внимание на следующем. Общество действительно последовательно, неуклонно и более чем стремительно входит в фазу тотального контроля, тем более за деятельностью исследовательских центров. Совершать действия, выходящие за границы научной корректности, означает заведомо дискредитировать себя, понимая, что спекуляции будут так или иначе вскрыты и преданы публичности. Конечно, новые технологии причудливым образом совмещают принципы открытости и изощренные виды секретности. Однако поприще социологии все же ближе к тем или иным компонентам прозрачности.

Под «прогностическим фатализмом» подразумевается ясное понимание того, что новые формы общественной жизни вряд ли смогут сложиться без опоры на совестливость и инициируемых на ее базе попыток «очеловечивания» социума, пусть даже набивших идеологическую оскомину и сознательно дискредитируемых. В этом отношении удержание совестливости в значении одного из ключевых качеств профессиональной деятельности социолога означает нашу постоянную нацеленность предлагать и стараться внедрять в любые социоинженерные проекты такие сегменты, блоки, программные продукты, которые позволяли бы выводить их на векторы смягчения социальных противоречий и конфликтов, а по максимальной планке приоритетов — закладывать основания деагрессизации мышления и отношений. Социология — уже неотъем-

лемая и весьма заметная часть глобальной управленческой корпорации, органическая составляющая техноцивилизации, универсальный механизм диагностики, позволяющий корректировать и даже кардинально изменять социально-политический и социально-экономический ландшафты. В этих условиях возрастают опасения, что очередная увлеченность технологической атрибутивностью нивелирует общественно значимые смыслы и цели (как внутреннего, так и внешнего порядка) нашей профессии. Тем более когда, как известно, создатели новейших информационно-коммуникативных продуктов открыто провозглашают целесообразность перехода к активному функционированию за рамками архаичного интернета, декларируя и рекламируя внедренческие инициативы в области того же нейронета.

Выводы. В настоящее время социологам важно продолжать выказывать обеспокоенность не только перспективами утраты собственного профессионального статуса, но и возможностью тотального коллапса. Именно совестливость заставляет нас пока еще переживать и обдумывать свое место в контексте глобальных техно-социальных трансформаций, ощущать тревогу за конфигурацию будущего мира и вообще его способность к новому витку социальной организации. Мы находимся в круге тех профессий, от которых хотят одновременно и покорности, и объективности. Предъявляют повышенные моральные критерии оценки и сознательно толкают на «достоверный» обман.

По мере совершенствования новейших информационно-коммуникационных технологий отчетливо видна борьба двух сценариев общественного развития: с одной стороны, открытость, прозрачность отношений; с другой — спекулятивность, закрытость, выход на стадию оформления непосредственных и опосредованных нейроиерархий, при которых статусы и роли будут определяться уровнями допусков к контролю за сознанием индивидов. Как представляется, социологам необходимо не столько адаптироваться к подобного рода реалиям, сколько стремиться, используя возрастающую потребность в социоинженерном потенциале социологического знания, к коррекции общественных устоев и атмосферы. Без псевдоидеологем, фальши, самовыпячивания, удерживая человеко- и общественно-ориентированный хребет, не отказываться от ключевых, пусть и на первый взгляд достаточно наивных принципов: в любом разрабатываемом проекте стараться сознательно обозначать, отстаивать, проводить идеи позитивного сотрудничества, созидательного альтруизма (П. Сорокин), социально ответственного саморазвития.

Осознание радикальности, непредсказуемости и высокой степени непоправимой разрушительности осуществляемой модификации социальных порядков — не выдуманная, не фантасмагорическая причина продолжать отстаивать совестливость в значении важнейшего профессионального качества социолога. Вряд ли именно социологам предстоит принимать окончательные решения, которые определят контуры грядущего миропорядка. Но участвовать в культивировании здравомыслящей среды, в которой они будут обсуждаться и выверяться, по-прежнему целесообразно.

И. В. Образцов

КОМУ УЧИТЬ «СОЦИОЛОГА 2.0»: ТРЕБОВАНИЯ К ОБУЧАЮЩИМ

ОБРАЗЦОВ Игорь Владимирович — доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры социологии, Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия.
E-MAIL: igorobraztsov@rambler.ru
ORCID: 0000-0003-1533-9157
RESEARCHER ID: J-2959-2016

Аннотация. Модернизация социологического образования в соответствии с требованиями цифровой экономики предполагает повышенные требования как к контингенту обучающихся, к содержанию учебного процесса, применяемым в нем формам и методам обучения, так и к самим обучающим — педагогическим работникам вузов. Анализ содержания регламентирующих этот процесс документов — образовательных стандартов — свидетельствует о тенденции к снижению требований к квалификации научно-педагогического состава. Без решения принципиального вопроса о составе и квалификации научно-педагогического состава вузов кардинально перестроить систему социологического образования не удастся.

Ключевые слова: ФГОС ВО, социолог, обучение, педагогический работник, требования, квалификация

Дискуссии о модернизации социологического образования в соответствии с требованиями цифровой экономики в большей мере разворачиваются округ содержания учебного процесса и применяемых в нем форм и методов обучения. Требования к контингенту обучаемых и, самое, главное, к обучающим — научно-педагогическому составу вузов, как правило, остаются на втором плане. Это во многом обусловлено наличием регламентирующих документов, определяющих эти самые требования: если требования регламентированы, их необходимо выполнять, какие здесь могут быть дискуссии?

Между тем ретроспективный анализ руководящих документов Минобрнауки РФ, прежде всего — федеральных образовательных стан-

дартов от ФГОС ВПО (2) до ФГОС ВО (3++) [Федеральный… 39.03.01; Федеральный… 39.04.01], свидетельствует о наличии *противоречивых тенденций*, которые создают определенные риски для успешной модернизации социологического образования.

Таблица 1. ***Эволюция требований федеральных образовательных стандартов к составу и квалификации научно-педагогического состава вузов***

Тенденции (проблемы)	**Возможные последствия (преимущества и риски)**
2	3
Общее снижение требований к кадровым условиям реализации образовательных программ — от ГОС ВПО (2) к ФГОС ВО (3++). В частности, к наличию у ППС ученых степеней и ученых званий (от 80 % до 50—60 %).	+ Облегчение аккредитационных требований для региональных вузов, испытывающих определенный дефицит в научно-педагогических кадрах; сохранение сети региональных центров подготовки социологов. – Снижение качества научно-педагогического состава и как следствие — снижение качества подготовки студентов.
Тенденция к *увеличению роли и значения* в составе научно-педагогического состава *руководителей иных организаций и работников*, деятельность которых связана с профилем реализуемой программы бакалавриата (имеющих стаж работы в данной профессиональной области не менее 3 лет), в общем числе работников, реализующих программу бакалавриата — не менее 10 (20) процентов.	+ Усиление практической ориентации образовательных программ, большее их соответствие требованиям рынка. – Привлечение к учебному процессу производственников-практиков, не обладающих навыками педагогической работы и не имеющих базового образования. – Условия сотрудничества с ними на условиях гражданско-правового договора (почасовой оплаты) при сокращении форм внешнего совместительства снижают мотивацию их деятельности (низкий размер оплаты труда) и создают условия для привлечения специалистов низкого уровня квалификации.
Тенденция к снижению роли и значения в составе научно-педагогического состава кадров высшей квалификации — работников, имеющих *ученую степень доктора наук* и/или *ученое звание профессора*. Изъятие из образовательных стандартов требований к обязательному участию данной категории в реализации образовательных программ (от 12 % до 8 % и затем — отсутствие каких-либо указаний).	+ Облегчение аккредитационных требований для региональных вузов, испытывающих определенный дефицит в научно-педагогических кадрах высшей квалификации. – Снижение качества научно-педагогического состава и как следствие — снижение качества учебного процесса и научно-исследовательской работы в вузах. – В сложных финансовых условиях создание предпосылок к «вымыванию» кадров высшей квалификации из вузов (отсутствие обязательных требований к их участию в реализации образовательных программ: вместо 1 должности профессора — 2 должности преподавателей и т. д.).

Тенденции (проблемы)	Возможные последствия (преимущества и риски)
2	3
Требование Приказа Минобрнауки от 29 июня 2015 г. № 636 «Об утверждении порядка проведения ГИА по образовательным программам ВО…» и его новом проекте о составе государственной аттестационной комиссии для проведения государственной итоговой аттестации выпускников вузов: 50 % состава — представители работодателя, ведущие специалисты.	+ Усиление практической направленности ГИА, большее ее соответствие требованиям рынка, повышение объективности оценок и результативности ГИА. – Отсутствие должных материальных стимулов при больших трудозатратах создает предпосылки для формального «участия» ведущих специалистов и/или привлечение в состав ГАК малоквалифицированных специалистов.

Эти возможные «плюсы» и «минусы» могут как придать динамику модернизации социологического образования, так и затормозить ее. По сути, перед научно-педагогическим составом и работодателями выпускников вузов стоит дилемма: обучающий — это либо академический ученый, ориентированный на социологическую теорию, но оторванный от реалий рынка маркетинговых и социологических исследований (обитатель «башни из слоновой кости»), либо — исследователь-практик, свободно ориентирующийся в арсенале современных исследовательских технологий, востребованных производством, но не обладающий ни академической подготовкой, ни методикой обучения (мастер производственного обучения социологического ПТУ).

Очевидно, чтобы все же можно было бы «в одну телегу впрячь… коня и трепетную лань» — одних директивных указаний Минобрнауки РФ, к тому же часто оторванных и от вузовской, и от производственной практики, мало. Нужен конструктивный заинтересованный диалог представителей рынка образовательных услуг и рынка труда. Отражение результатов этого диалога в нормативных документах, регламентирующих учебный процесс вузов, думается, будет способствовать переходу к подготовке «Социолога 2.0».

Список литературы

1. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования — бакалавриат по направлению подготовки 39.03.01 — Социология. URL: http://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Bak/390301_B_3_07032018.pdf.

2. Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования — магистратура по направлению подготовки 39.04.01 — Социология. URL: http://fgosvo.ru/uploadfiles/FGOS%20VO%203++/Mag/390401_M_3_06032018.pdf.

Н. Р. Маликова

ДЕФИЦИТЫ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

МАЛИКОВА Наиля Рамазановна — доктор социологических наук, профессор Департамента социологии, истории и философии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия.
E-MAIL: nrmalikova@mail.ru

Аннотация. В статье определены основные причины дисбаланса вузовской образовательной подготовки с потребностями рынка труда, дефицита прикладных профессиональных знаний, навыков и компетенций, слабой конкурентоспособности будущих социологов. По мнению автора, к этому привели воспроизводство и доминирование в российских университетах традиционного директивного обучения, с ограничением применения инноваций, внедрения интерактивной партисипаторной модели образования. Формализм учебно-методических рекомендаций о стандартах разработки образовательных программ, их содержания, неадекватен задачам формирования «предвосхищающего» осознания профессиональной деятельности. Возможности, перспективы участия в современных социальных исследованиях требуют навыков оперативного сбора большого массива первичных социальных показателей, углубленной критической социологической интерпретации, сравнительного кросскультурного анализа актуальных социальных проблем, явлений и феноменов трансформации социальных идентичностей в массовом сознании, общественном мнении, на основе междисциплинарной интеграции социально-гуманитарных наук, владения современными методами прикладной социологии.

Ключевые слова: социальные эффекты, инновации партисипаторного социологического образования, социологическое образование, компетенции полстера, компетенции прикладного социального аналитика

Для осмысления актуальных дефицитов подготовки будущих социологов показательны результаты исследования транснациональной консалтинговой компании Boston Consulting Group (BCG) и Фонда Сбербанка «Вклад в будущее» о конкурентоспособности российского образования в целом. В отчете BCG эксперты пришли к выводу, что «более 80 % трудоспособного населения России не имеют навыков и компетенций для

работы на современных рынках, а в самой стране отсутствует спрос на знания. Высококвалифицированным трудом, относящимся к категории «знание» (интеллектуальная работа, творческие и нерутинные задачи), заняты только 17 % населения. Это в 1,5 раза меньше, чем в Японии или США, в 1,7 раза меньше, чем в Германии; вдвое ниже показателя Сингапура и в 2,6 раза — Великобритании. Система российского высшего образования явно не справляется с задачей: образование не способствует карьере, не составляет основу социального успеха, образованность подменяется дипломированностью, а профессионализм — умением устроиться и приспособиться. В результате 91 % российских работодателей считают, что у выпускников недостаточно практических навыков, а 83 % воспринимают уровень подготовки в вузах как средний или низкий. <…> В 1990-е годы на образовательном рынке появилось много липового предложения <…> в итоге — колоссальное перепроизводство людей с неполноценными дипломами» [Россия 2025…, 2017].

Действительно, чтобы конкурировать в новой экономике знаний, Россия должна резко увеличить долю высококвалифицированных людей на рынке труда. Для социологии это означает не подготовку работников в категории «Правило» и «Умение», способных только к решению типовых задач и рутинной работе. Вряд ли следует продолжать осуществлять поточный конвейер выпуска полстеров по образцу начала 1990-х годов, способных лишь на то, чтобы организовать анкетирование, провести опрос общественного мнения, затем обработать данные и представить «среднюю температуру по больнице», с процентами одномерных распределений ответов респондентов. Это ограниченное понимание задач организации социологического образования годится разве что для «заказчика», запросившего сканирование предпочтений к покупке того или иного маркетингового продукта среди населения. Если же предполагать социальную потребность, осмысленный заказ общества на подготовку социологов в категории «Знание», социологов-аналитиков, способных решать творческие задачи, то необходима иная стратегия развития социологического образования.

Велика социальная потребность в формировании у студентов «превосходящего» сознания, ориентированного на будущее, вместо «запаздывающего», не в пассивной адаптации к ценностям прошлого, а в способности активно участвовать в утверждении ценностей, способствующих переходу к устойчивому социальному развитию. Это и есть основа основ формирования тех самых *«ядерных компетенций» прикладного социоло-*

га-аналитика, которые в качестве вопроса № 1, предложено обсудить на Секции (круглом столе) 4 «Новые тренды на рынке труда и социологическое образование» VIII Международной социологической Грушинской конференции. Эти компетенции остро востребованы как сегодня, так и в обозримой перспективе.

На практике отмечается неадекватность существующих стандартов образования современным требованиям, слабая конкурентоспособность, межпоколенные и региональные различия в уровне профессиональной подготовки профессоров и преподавателей, неэффективные механизмы ресурсного обеспечения инноваций социологического образования. Причины коренятся в живучести рудиментов административно- директивной, формализованной организации системы образования, принципов оплаты труда, личностных качеств, когда большинство отдает предпочтение стабильности, а не возможностям профессионального роста, нет достаточно высокого спроса на знания; оплата труда не зависит от квалификации [Маликова, 2015]. Вот тогда еще на вузовской скамье стремление к образованности, овладению профессиональными инновационными компетенциями замещается «погоней» за баллами промежуточной и итоговой аттестации, подменяется дипломированностью.

Дискуссии о готовности университетского сообщества к изменениям в содержании образовательных программ, к решению проблем обеспечения качественного социологического образования продолжаются. К сожалению, не вполне адекватны сложнейшим задачам современной социальной трансформации способы и методы вузовской подготовки будущих социологов. Необходимость инновационных методов в преподавании социально-гуманитарных дисциплин очевидна, как и ориентация на замещение дидактики традиционного, «воспроизводящего обучения» активным внедрением инноваций, стимулирующих активный отклик студентов на актуальные проблемы социальной жизни общества, с обращением к «партисипаторному подходу». Это «обучение совместно с кем-либо», основывается на принципе развития способности к критическому мышлению и анализу, предоставляет целый ряд приемов для развития демократических приемов контроля в образовании, решая дополнительно задачи усиления не только интеллекта прикладного социолога-аналитика, но и потенциала лидерства.

«ЕГЭ-минимум» социально-гуманитарной составляющей контроля знаний, с недостаточностью развития базового сегмента знания об обществе, основанного на понимании современных общественных процессов

и явлений, социально-культурных феноменов, ведет к деградации образования. Ситуация усугубляется, если администрация обязывает проводить экзамены и зачеты в письменной форме, вследствие чего фиксируются дефициты социологической интерпретации, формирования аналитического и критического мышления у студентов. Приходится компенсировать это посредством постоянной организации на семинарах интерактивного тренинга социальных умений и компетенций. Социологические опросы общественного мнения в условиях перехода к рынку оказались востребованными, однако тематику определяют заказчики, требующие измерения рейтингов политиков, предпочтений электората, потребительского спроса. Смысл жизни — в обретении ремесла полстера (или, как считалось раньше, «роли социолога — проводника партийной идеологии») не представляется ни общественно значимым, ни увлекательным делом в подготовке социологов эпохи наукоемких SMART-технологий, «умной экономики», «экономики знания», хочется надеяться на востребованность инновационного интеллектуального труда в социальных науках.

Препятствия адекватному видению перспектив социологического образования заключаются в общем состоянии российского социологического знания сегодня. Разрыв между описательными и теоретически ориентированными социологическими исследованиями, крен в сторону эссеистики, «скетч-объяснений» блокируют полноценность социологической интерпретации. С другой стороны, торжествует рутинная практика отсутствия учета степени востребованности у студентов и у практиков инновационных спецкурсов [Malikova, 2018]. Остро необходимо обучение студентов социальным технологиям анализа интернет-контента, таким как «МАКС», «АЛЕКС», «КОНТЕНТ-АНАЛИЗ», «КСЕНИЯ» — программы обработки информации «Орудия аналитиков» (ИС РАН); TABARI (KEDS), Concordance, HyperRESEARCH, LEXIMANCERPROTAN, TEXPACK, QDA Miner, WordStat, SALT, MonoConc, TROPES, Qualrus, CAMEO, AnnoTape. Мультиязычные программы качественного анализа аудио-, видео-, графических и текстовых данных, социальных коммуникаций позволяют легко импортировать данные в пакеты SPSS или SAS. Все стороны социальной жизни россиян познаются в сравнении, оттого назревшей задачей является интеграция в социологическое образование обучения навыкам работы с Норвежским архивом данных социальных наук, с архивом межстрановых сравнительных социальных исследований, региональных Барометров.

К сожалению, реформы социологического образования, проводимые в постсоветскую пору под командованием вчерашних адептов «научного коммунизма», «исторического материализма», сделали возможными и попытки антинаучной институализации «православной социологии», употребления в СМИ, университетском социуме негативных коннотаций в отношении либеральных и демократических ценностей, социальных идеалов. Незавершенность реформы социального института образования вряд ли способна обеспечить в ближайшей перспективе впечатляющий рост качества подготовки социологов, соответствующий современной эпохе, особенно когда вновь возрождаются попытки с позиции псевдотеоретической идеологемы поставить социологию эпохи глобализации в рамки «научного управления» обществом, используя механизм трансляции «симулякров» поддержки институтов власти, формирования «должных» стереотипов общественного мнения. Еще должны произойти необходимые технологические и организационные изменения — под влиянием углубления междисциплинарного подхода и международной интеграции для обеспечения социологического образования в эпоху глобализации.

Список литературы

1. Россия 2025: от кадров к талантам : Отчет исследования / The Boston Consulting Group. М. : BCG-Сбербанк, 2017. 72 с.
2. Маликова Н. Р. Социальные эффекты непрерывного гуманитарного образования // Сб.: Материалы 13-й межд. конференции «Образование через всю жизнь: непрерывное образование в интересах устойчивого развития». СПб. ; Пушкин, 2015.
3. Malikova N. Opportunities and barriers to the innovation of social and humanitarian education in Russia. *Norwegian Journal of development of the International Science*. 2018. No. 16. P. 66—70.

Н. В. Соболев

ИНФОРМАЦИОННАЯ КУЛЬТУРА СТУДЕНТОВ-СОЦИОЛОГОВ КАК ЭЛЕМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ БУДУЩИХ ПРОФЕССИОНАЛОВ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ

СОБОЛЕВ Никита Викторович — студент, Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия.
E-MAIL: nikitka.sobolev.93@mail.ru

Аннотация. Многие исследователи называют современное общество информационным, так как главным фактором влияния на деятельность человека в нем являются информационные ресурсы. Соответственно, в обществе происходит активный процесс информатизации всех сфер его жизнедеятельности, который оказывает значительное влияние на профессию социолога. Современный социолог должен уметь не только качественно работать с информационными ресурсами, но и анализировать социальные явления в условиях информационной перегрузки общества. Это возможно лишь при наличии у него развитой информационной культуры. Главной задачей высшего образования в условиях современности является подготовка студентов как компетентных профессионалов, которые должны обладать развитой информационной культурой в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки. В связи с этим целью данного исследования стало определение уровня развития информационной культуры студентов-социологов. Полученные результаты могут быть использованы в прикладных и теоретических исследованиях по данной теме.

Ключевые слова: информационная культура, студент-социолог, профессионал, профессиональные компетенции, информационные ресурсы, образовательный стандарт, информационный образ жизни

Актуальность формирования развитой информационной культуры студентов-социологов обусловлена следующими причинами:

1. Будущая профессиональная деятельность студентов-социологов связана с использованием информационных ресурсов и интерпретацией полученных в ходе исследования данных.

2. Информационная культура студентов-социологов как будущих профессионалов потенциально может оказать существенное влияние на информационную культуру как отдельных людей, так и социальных групп.

Несмотря на продолжительное существование в научной сфере термина «информационная культура», у современных исследователей отсутствует его единое определение. Данная проблема связана с тем, что термин состоит из двух самостоятельных научных категорий: «культура» и «информация», содержание которых уточняется и по сей день. При этом следует учитывать, что понятие «культура» по своему содержанию богаче понятия «информационная культура», так как культура дает возможность человеку не только воспринимать самого себя и окружающий мир, но и преобразовывать его по своему желанию, в то время как информационная культура представляет собой одно из условий для формирования этого восприятия и дальнейшего раскрытия всего богатства культуры общества [Соболев, 2016: 249].

По мнению автора, термин «информационная культура» имеет несколько аспектов. В соответствии с ними можно привести следующие определения:

1. В технико-технологическом смысле — это совокупность умений и навыков работы с информационными ресурсами, которая необходима человеку для удовлетворения информационных потребностей и достижения поставленных целей.
2. В социокультурном смысле — это совокупность норм, ценностей и нравственных идеалов, которые составляют информационное мировоззрение человека и определяют его информационное поведение [Соболев, 2017б: 370].

Таким образом, информационную культуру студентов-социологов следует понимать как неотъемлемый элемент информационного образа жизни, который направлен на:

— реализацию информационных способностей студентов и осуществление ими творческой информационной деятельности;
— саморазвитие и самообучение студентов;
— формирование у студентов культуры общения и этически приемлемого поведения в информационной среде;
— приобщение студентов к культурным артефактам и ценностям с помощью современных информационных технологий [Соболев, 2017а: 788].

Образовательный процесс в вузах имеет следующие условия формирования информационной культуры студентов-социологов.

1. Основной целью работы студента является обработка информации и ее преобразование в систему личных знаний.
2. К началу обучения в вузе у студентов имеются сформированные интеллектуальные, волевые и рефлексивные качества для освоения более сложных навыков по работе с информационными ресурсами.
3. Студенчество является периодом активных экзистенциальных поисков. В этом возрасте ему недостаточно получить готовую информацию, ему также необходимо знать: причину ее создания, цель ее создания и ее влияние на него и других людей [Sobolev, 2017: 341].

Согласно требованиям ФГОС ВО по направлению «Социология», студент-социолог, освоивший программу бакалавриата, должен обладать следующими общепрофессиональными компетенциями:

1. «Способность решать стандартные задачи профессиональной деятельности на основе информационной и библиографической культуры с применением информационно-коммуникационных технологий и с учетом основных требований информационной безопасности.
2. Способность к критическому восприятию, обобщению и анализу профессиональной информации, постановке целей и выбору путей ее достижения.
3. Способность анализировать социально значимые проблемы и процессы с беспристрастностью и научной объективностью.
4. Способность использовать основные положения и методы гуманитарных и социально-экономических наук при решении профессиональных задач.
5. Способность применять в профессиональной деятельности базовые и профессионально-профилированные знания и навыки по основам социологической теории и методам социологического исследования.
6. Способность использовать основные законы естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применять методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования» [Об утверждении федерального, 2015: 7].

В современном обществе уровень развития информационной культуры студента-социолога является одним из ключевых критериев его профессиональной компетентности. В процессе трудовой деятельности профессионал имеет дело не с готовыми знаниями, а с информацией,

которую необходимо обработать и преобразовать в новое знание. В связи с этим он должен не только владеть информационными умениями, но и использовать их для создания нового знания, а также уметь самостоятельно выстраивать целостный познавательный процесс в окружающей информационной среде [Унайсарова, 2007: 82].

В этом случае процесс обучения студентов-социологов должен быть направлен на:

— максимальное участие студентов в работе с необходимыми информационными ресурсами;
— побуждение студентов-социологов к сознательному и целенаправленному овладению комплексными информационными умениями и навыками;
— предоставление студентам-социологам возможности применить полученные в ходе обучения в вузе знания и умения в профессиональной деятельности [Унайсарова, 2007: 82].

В заключение автор делает вывод, что в современном обществе наличие развитой информационной культуры является необходимым качеством студентов-социологов как будущих профессионалов, так как от уровня развития информационной культуры профессионала зависят его личностный рост, социальная востребованность, социальная значимость, способность влиять на окружающее социокультурное пространство.

Будучи вовлеченными в информационную деятельность, профессиональные социологи должны быть не только пассивными потребителями информации, но и производителями информационных ресурсов. Таким образом, наличие у студента-социолога развитой информационной культуры является необходимым условием его профессиональной деятельности в информационном обществе, в котором она неосуществима без качественной работы с информационными ресурсами и использования современных информационных технологий.

Список литературы

1. «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 39.03.01 Социология (уровень бакалавриата)». Утвержден приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 ноября 2015 года № 1328. М., 2015. 21 с.
2. Соболев Н. В. Информационная культура личности как необходимый фактор воспроизводства общества // Наука. Технологии. Инновации :

сб. науч. тр. : в 9 ч. Ч. 8. Новосибирск, 5—9 дек. 2016 г. Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2016. С. 248—250.
3. Соболев Н. В. Трансформирование информационной культуры студентов как часть образовательного процесса в вузе в условиях информационного общества // Глобальные социальные трансформации XX — начала XXI вв. (к 100-летию Русской революции). Материалы науч. конф. XI Ковалевские чтения 9—11 ноября 2017 г. СПб. : Скифия-принт, 2017а. С. 788—790.
4. Соболев Н. В. Формирование информационной культуры студентов ВУЗов в условиях информационного общества // Наука. Технологии. Инновации : сб. науч. тр.: в 10 ч. Ч. 8. Новосибирск, 4—8 дек. 2017 г. Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017б. С. 369—372.
5. Унайсарова Р. Д. Основные аспекты развития информационной культуры студентов вуза // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2007. № 14—1. Т. 2. С. 80—83.
6. Sobolev N. V. Formation of the student information culture in higher educational institutions as a part future professionals training in the modern society // Актуальные проблемы современного общества. Сб. материалов XIV междунар. науч.-практ. конф. молодых ученых. Новосибирск, 16—17 ноября 2017 г. Новосибирск : Изд-во НГТУ, 2017. С. 340—343.

Т. В. Фомичева

СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В КОНТЕКСТЕ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ РОССИЙСКОГО РЫНКА ТРУДА

ФОМИЧЕВА Татьяна Владимировна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, Российский государственный социальный университет, Москва, Россия.
E-MAIL: fomitchevatv@mail.ru
ORCID ID: 0000-0001-8529-2919

Аннотация. Публикация посвящена обзору тенденций, отмечающихся на современном российском рынке труда, а также в современном социологическом образовании. Проанализированы факторы, обуславливающие изменения на рынке труда и в социологическом образовании в целом. При работе над публикацией применялись методики анализа документов: традиционный (первичный) анализ документов, а также вторичный, компаративный анализ. Использовались практически при работе над данным проектом специализированные количественные контент-аналитические методики. Таким образом, применен «триангулярный подход» для исследования процессов на рынке труда и в современном социологическом образовании. Цель публикации — привлечь внимание социологической общественности к прогнозам относительно дальнейшего развития рынка труда и социологического образования в России. По мнению автора, социологическое образование необходимо изучать в контексте развития российского рынка труда. Подчеркнута важность распространения и популяризации социологического образования в современной России, в том числе для широких слоев населения.

Ключевые слова: социологическое образование, российский рынок труда, современные тенденции

В последнее время все чаще обсуждаются тенденции развития российского рынка труда в среднесрочной и долгосрочной перспективе. Можно проследить некоторые относительно устойчивые тенденции, отмечаемые многими специалистами по набору персонала и кадровыми агентствами.

Существуют базовые факторы, вызывающие изменения на российском рынке труда. Один из них — технический прогресс, развитие интернет-технологий. Технический прогресс оказывает все большее влияние

на появление и развитие новых форм занятости персонала, новых форм взаимодействия работодателя и сотрудников (фриланс, дистанционная форма, возможные виды «удаленной занятости»). С внедрением новых технологий также связано применение в ряде профессий (операторы банков, колл-центров) технологий автоматизации: роботы, внедрение электронного документооборота на предприятиях и пр. Представители некоторых профессий могут существенно сократить свое присутствие на российском рынке труда (бухгалтеры начального уровня, операторы ЭВМ, операторы колл-центров, делопроизводители и пр.). Возможны сокращения и в банковском секторе [Тенденции рынка…, 2016]. С фактором технического прогресса связана и повышенная востребованность IT-специалистов различного рода (программистов, специалистов по кибербезопасности, по работе с «большими данными» (Big Data) и пр.) [Гусенко, Жандарова, 2017]. Будут востребованы в среднесрочной перспективе и инженерные специальности (это может быть связано с внедрением роботизированной техники) [Тенденции рынка…, 2016]. В связи с развитием технического прогресса и новых технологий, возможно и появление новых профессий на рынке труда.

Второй существенный фактор, который необходимо отметить, — демографический, аккумулирующий в себе приток новой рабочей силы из других стран и существенную потребность российских работодателей во временных (сезонных) работниках [Гусенко, Жандарова, 2017].

Тенденции на российском рынке труда будут проникать и в сферу социологического образования, включая фактор технического прогресса, который может продуцировать некоторые перемены — например, укрупнение вузов. Отчасти с этим процессом связана междисциплинарность социологического образования (тесная взаимосвязь с другими общественными науками) [Фомичева, 2017]. Концепция «личностного знания» [Полани, 1985] трансформируется в иные структурные конструкты. Функции преподавателя вуза изменяются, становятся обширнее — от научно-педагогического работника, тьютора, до «менеджера» [Бразевич, 2014] образовательного процесса в широком смысле этого слова, предполагающего всестороннее обеспечение педагогического процесса. Развитие форм дистанционного образования (от точечного включения в образовательный процесс, до комплексного обучения в электронной среде).

Также одним из трендов современного образовательного процесса является внедрение и развитие интерактивных образовательных технологий. Интенсифицировать обучение предлагается с помощью информа-

тизации — повсеместного внедрения компьютерных технологий (специализированного социологического программного обеспечения). Обучение как стандартным, давно существующим на рынке программам для обработки социологических данных (SPSS), так и специализированным программам с элементами программирования. Одним из возможных аспектов информатизации, все чаще появляющимся на социологическом «небосклоне», можно назвать развитие электронного и дистанционного социологического образования [Фомичева, 2017].

Популярным трендом современного социологического образования можно назвать углубленное изучение в рамках профессиональной деятельности английского и других иностранных языков (прежде всего из-за специализированного программного обеспечения, которое реализуется достаточно часто на английском языке) [Фомичева, 2017].

Хочется надеяться, что означенные тенденции не снизят в целом качество российского социологического образования, а наоборот — позволят повысить его.

Список литературы

1. Бразевич С. С. Социологический анализ процесса организации образовательного пространства в обществе, основанном на знании // Девятые Ковалевские чтения. Материалы научно-практической конференции 14—15 ноября 2014 года. / отв. ред. Ю. В. Асочаков. СПб. : Скифия-принт, 2014. 66—68 с.
2. Гусенко М., Жандарова И. IT-доходы на высоте // Российская газета — Федеральный выпуск. 2017. № 7167 (1). URL: https://rg.ru/2017/01/08/kak-izmenitsia-rynok-truda-v-2017-godu.html (дата обращения: 27.03.2018).
3. Полани М. Личностное знание / пер. с англ. М. Б. Гнедовского, Н. М. Смирновой, Б. А. Старостина. М. : Прогресс, 1985. 344 с.
4. Тенденции рынка труда-2017 // Кадровое дело. 22 декабря 2016. URL: https://www.kdelo.ru/news/378761-qqn-16-m12-22-12-2016-tendentsii-rynka-truda-2017 (дата обращения: 27.03.2018).
5. Фомичева Т. В. Траектории изменений в современном социологическом образовании // Глобальные социальные трансформации XX — начала XXI вв. (к 100-летию Русской революции). Материалы научной конференции Г54IX Ковалевские чтения 9—11 ноября 2017 года / отв. ред. Ю. В. Асочаков. СПб. : Скифия-принт, 2017. С. 619—620.

Т. А. Гужавина

ИННОВАЦИОННОЕ И ТРАДИЦИОННОЕ В ПОДГОТОВКЕ СОЦИОЛОГА

ГУЖАВИНА Татьяна Анатольевна — кандидат философских наук, доцент, ведущий научный сотрудник, ВолНЦ РАН, Череповец, Россия.
E-MAIL: tanja_gta@mail.ru

Аннотация. Современный мир меняется с невероятной скоростью. Колоссальными темпами растут и объемы информации, необходимой для профессиональной деятельности. Глобализация, информатизация, цифровизация и остальные «-зации» современности ставят перед нами серьезные вопросы относительно того, как готовить специалиста, как обеспечить его профессиональный рост, какие компетенции сохранят свою актуальность, а какие ее потеряют. В этом контексте важным аспектом подготовки специалиста-социолога является сочетание знаний, являющихся фундаментом той сферы, где реализует себя специалист, и знаний, отражающих уровень сегодняшних достижений. Традиционное и инновационное в подготовке социолога проявляют себя и в формах, и в содержании. Легче изменить формы обучения, поскольку они более подвижны. Сложнее найти меру в его содержании, определяя роль и значение фундаментального знания, характеризующего социальные устои, и знания о текущем состоянии социальной реальности, позволяющего решать актуальные на данный момент задачи. Проблема, к которой мы обращаемся — проблема реформирования образования и при этом сохранения его основ, с одной стороны, а с другой — включения в образовательный процесс инноваций.

Ключевые слова: социолог, социологическое образование, инновационное и традиционное в образовании, фундаментализация образования, история социологии

Институт образования на каждом этапе существования общества призван обеспечивать его функционирование и развитие. В XX столетии образование в нашей стране поэтапно решало сначала задачу ликвидации неграмотности, затем поддержки индустриализации и, наконец, обеспечения научно-технического прогресса. По сути это был эволюци-

онный период развития образовательной системы, основанный на традиционных формах обучения.

XXI век обозначил новую динамику развития общества, а, следовательно, и перед образованием встают принципиально новые задачи. Проблема, однако, не в том, что образование неспособно их решать, но в сохранении самого данного института. Значимость образования в его многогранной функциональности, в способности формировать личность, в способности быть транслятором культурного наследия и выстроить структурную модель социума. Поэтому, на наш взгляд, проблема соблюдения меры в реформировании данного института в границах политики трансформации российского общества является актуальной. Ее значение проявляет себя в конкретных вещах, наблюдаемых, в частности, при подготовке специалистов для различных сфер жизни общества.

Обратим внимание на один из аспектов, касающихся подготовки специалистов. В нашем случае речь пойдет о социологах — тот факт, что их подготовка должна соответствовать требованиям времени, не вызывает сомнения. Социолог работает в быстро изменяющейся социальной среде, представляющей собой, наряду с природной и культурной, одну из трех основных сред, окружающих человека. Знание этой среды, умение ее анализировать и предлагать проекты развития на основе анализа существующих трендов и делают социолога профессионалом.

Прежде всего ответим на вопрос, что означает традиционное и инновационное в образовании. Традиционное суть устоявшееся. В образовании традиционное закрепляется в содержании, методах, принципах, технологиях. В нем есть и позитивные, и негативные аспекты. С одной стороны, это возможность передать значительные объемы информации, а с другой — ориентация на усвоение готового знания, но не на самостоятельный и активный его поиск. В этом контексте инновационное в образовании означает использование не только новых технологий, но обновление самого содержания передаваемого знания. Тем не менее инновационность не должна означать отказа от фундаментальности в процессе подготовки специалиста. Это значит, что в подготовке социолога должны присутствовать как традиционные, устоявшиеся, так и инновационные образовательные практики. Вторые связаны сегодня с умением работать с информационными технологиями. Их палитра постоянно обогащается, но они представляют собой способы получения знания. Но как интерпретировать знание, как его применить? Ответы на эти вопросы можно получить только на основе фундаментальной подготовки.

Фундаментализация образования как черта отечественного подхода к образованию позволяет подготовить выпускников, способных к творческой, многоаспектной по своему характеру деятельности в избранной профессии. Фундаментальные знания дают социологу уверенность в применении полученных умений при решении задач как стандартного, так и нестандартного типа.

Фундаментальная составляющая подготовки специалиста гарантирует его компетентности и, соответственно, конкурентоспособность в современных условиях. Данная составляющая есть почти в каждой изучаемой студентами дисциплине. Мы сосредоточим свое внимание на истории социологии, в границах которой студенты получают информацию не только об этапах становления социологии как науки, но прежде всего о содержании базовых социологических концепций. При этом важно сформировать критически-творческое восприятие социологических теорий, показать специфику инструментария, соответствующего времени ее создания и применения. Данный подход должен ориентировать на восприятие теоретической модели того или иного автора или направления с точки зрения возможности ее применения в своей практике, будь то поиск решений для жизненных целей или подготовка проектов политического или управленческого характера. Если в более стабильные периоды жизни общества социолог мог придерживаться какого-то определенного методологического подхода, то современная ситуация требует, пользуясь выражением Ч. Миллса [Миллс, 2001], методологического интегрализма, представляющего собой сочетание нескольких подходов к изучению общества. Данная позиция близка и таким ученым, как З. Бауман [Бауман, 1996] и П. Бергер [Бергер, 1996].

Вторая сторона вопроса — это инновационность в подготовке. Инновации в подготовке социолога связывают прежде всего с внедрением в его работу новых технологий сбора и обработки данных, соответственно, и с обучением их применению. Здесь и онлайн-опросы, и использование Big data, и внедрение компьютерных программ обработки данных, и обогащение их новыми возможностями и т. д. Каким образом возможно осуществить связь между знанием, составляющим теоретические основы профессиональной подготовки социолога, с современными исследовательскими практиками получения социологических данных, основанными на информационных технологиях? По мнению многих известных ученых, это возможно с помощью социологического воображения. Об этом говорят, в частности, З. Бауман [Бауман, 1996] и С. Кравченко [Кравченко, 2009].

Если опираться на социологическое воображение, представляется возможным увидеть ту золотую середину, которая обозначает грань между изменчивым и устойчивым началом в образовании. Его чрезмерная технократизация, увлечение интерактивными методами, ориентация на технологии без его фундаментализации, как считал Ч. Миллс, «приводит к технологическому идиотизму и националистической ограниченности, чем к информированному и независимому мышлению» [Миллс, 2001: 193].

Изучение истории социологии служит основанием формирования у студентов социологического воображения. Это связано с тем, что в процессе ее изучения студенты, во-первых, осваивают методологию социологической науки. Как утверждает Ж. Тощенко, «методологическая подготовка крайне необходима, ибо без нее нет полноценного специалиста» [Тощенко, 2008: 57]. Изучение различных теорий не означает только знакомство с системой взглядов. Каждый социолог создавал свою концепцию для того, чтобы найти ответ на многочисленные вопросы, которые возникают в общественной жизни и которые требуют своего решения. Анализируя их опыт, социолог учится видению социальных проблем, осваивает способы исследования социальной реальности, ее диагностики. Это создает условия для наполнения новым содержанием теоретических достижений прошлого. Открываются новые исследовательские поля. Будет правильным говорить о сетевом взаимодействии социологов различных поколений [Кравченко, 2009].

Постижение генезиса социологической мысли в границах курса истории социологии — значимая часть в формировании научно-познавательных, профессиональных, информационных и коммуникационных компетенций, составляющих в своей совокупности компетентностный портрет социолога.

Список литературы

1. Бауман З. Мыслить социологически. М.: Аспект Пресс, 1996. 255 с.
2. Бергер П. Л. Приглашение в социологию. Гуманистическая перспектива. М.: Аспект Пресс, 1996. 168 с.
3. Кравченко С. А. Динамика социологического мышления и воображения // Социологические исследования. 2009. № 8. С. 14—24.
4. Миллс Ч. Р. Социологическое воображение. М.: NOTA BENE, 2001. 264 с.
5. Тощенко Ж. Т. Чему учить социолога и с чего начинать // Социологические исследования. 2008. № 7. С. 34—61.

В. П. Бабинцев

СОЦИОЛОГ В СИСТЕМЕ РЕГИОНАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ: ЭКСПЕРТ ИЛИ СОЦИАЛЬНЫЙ ТЕХНОЛОГ?

БАБИНЦЕВ Валентин Павлович — доктор философских наук, профессор кафедры социальных технологий, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия.
E-MAIL: babintsev@bsu.edu.ru

Аннотация. Цель исследования — анализ противоречивого позиционирования социологов в российских регионах, которые, с одной стороны, традиционно воспринимаются преимущественно как эксперты-аналитики, а с другой — все чаще ангажируются для участия в разработке и реализации социальных проектов. Исследование опирается на анализ многолетнего опыта разработки и реализации региональных социальных проектов в Белгородской области. На основе анализа сделан вывод, что трансформация эксперта в социального технолога предполагает формирование социально-технологической компетентности. Дана авторская дефиниция социально-технологической компетентности как комплекса способностей преобразования жизни на основе применения рационально организованных, алгоритмически выстроенных процедур и операций. Выявлены барьеры, возникающие в процессе освоения социологами социально-технологических практик: 1) аксиологический, связанный с существенными различиями в ценностно-целевых установках заказчиков социальных проектов и исследователей; 2) когнитивный, выражающийся в недостатке у исследователей-социологов знаний о применяемых управленческих практиках, а у руководителей и чиновников — о возможностях социологического и социально-технологического подхода; 3) ресурсный, суть которого состоит в дефиците человеческих ресурсов, необходимых для реализации перспективных проектов, определяющемся низким уровнем интеллектуального развития исполнителей и недостатком у них мотивации к продуктивной деятельности; 4) психологический, проявляющийся в среде чиновников недоверием к инновационным решениям и — особенно — к их инициаторам; среди исследователей — предубеждениями и стереотипами в отношении региональной бюрократии.

Ключевые слова: социолог, эксперт, социальный технолог, проектное управление, социально-технологическая компетентность, социально-технологическая культура, органы регионального управления, чиновничий аппарат

В структурах регионального управления и в самих региональных социологических сообществах проявляется явная недоговоренность относительно позиционирования социологов. Имеют место две доминирующие концепции, которые условно можно определить как экспертно-академическую и социально-инженерную. Согласно первой, задача социологов, востребованность которых системной управления в последние годы довольно проблематична, должна сводиться преимущественно к диагностике общественных процессов различного уровня сложности и — в некоторых случаях — к подготовке аналитических разработок по результатам исследований. Согласно второй, социолог должен превратиться в социального технолога и, помимо диагностической и аналитической работы, включиться подготовку и реализацию социальных проектов.

Если первую позицию разделяют главным образом сами социологи, то вторую все чаще декларируют руководители и чиновники. Существуют причины, определяющие поддержку каждой из этих позиций. В первом случае они связаны со своеобразной интерпретацией социологической исследовательской традиции, которая сводит социологическую практику почти исключительно к проблематизации и депроблематизации и снимает с исследователя ответственность за результаты принятых на этой основе управленческих решений. Кроме того, экспертно-академический подход стимулируется отрывом большинства социологов от реальных практик управления, отсутствием опыта работы над серьезными проектами. В связи с этим идеальным полигоном для социологов представляются избирательные кампании, участие в которых в качестве полстеров не предполагает включения в проектные команды.

Поддержка второй позиции определяется пониманием недостаточности чисто академических разработок, ощущением ограниченности интеллектуальных ресурсов чиновничьего аппарата и — нередко — желанием последнего снять (или хотя бы разделить) ответственность за свои действия. Особенно если последние оказываются непопулярными.

Второй подход все более утверждается в системе регионального управления, которая в силу ограниченности ресурсов воспринимает социологов (как и представителей других отраслей науки) в утилитарно-

прагматическом плане. Те социологи, которые не в состоянии откликнуться на социально-технологический вызов практиков, оказываются невостребованными, и реакцией на это довольно часто служат сетования на недальновидность и ограниченность власти.

Очевидно, что перспектива развития региональной практической социологии связана с переосмыслением приоритетов: от экспертной деятельности (разумеется, это не означает полного отказа от нее) к социально-технологическим практикам. Тем более что такой переход стимулируется развитием проектного управления, создающим новые возможности для социологов, выражающиеся в обосновании тезаурусов проектных решений и участии в их осуществлении.

Однако отклик на социально-технологический вызов предъявляет к социологам вполне конкретные требования, связанные с необходимостью формирования социально-технологической компетентности. Она представляет собой присущий личности комплекс способностей преобразования жизни на основе применения рационально организованных, алгоритмически выстроенных процедур и операций. Формирование этих способностей связано с обладанием венчурной социально-технологической культурой, предполагающей, что ее обладатель-исследователь не ограничивается формулировкой теоретических конструкций и практических рекомендаций, но способен сам менять общественные условия, проектируя и применяя технологии, позволяющие ему осуществить концептуальные разработки.

Именно такой подход положен в основу работы кафедры социальных технологий Белгородского государственного национального исследовательского университета, которая в течение многих лет принимает участие в разработке региональных проектов и программ. В их числе «Программа улучшения качества жизни населения Белгородской области» [Программа улучшения…, 2003] и «Стратегия формирования регионального солидарного общества на 2011—2025 годы» [Стратегия…, 2011].

Опыт работы с органами государственного и муниципального управления в регионе дает основание для определения ряда барьеров, возникающих в процессе реализации социологами роли социальных технологов.

— Аксиологический, связанный с существенными различиями в ценностно-целевых установках заказчиков социальных проектов и исследователей. Если первые отдают приоритет формальным моментам в исследованиях и разработках, то вторые чаще всего — содержательным. Это способно провоцировать не только взаим-

ное непонимание, но и конфликты, ведущие к взаимному отчуждению и обычно оборачивающиеся издержками для исследователей.

— Когнитивный барьер выражается, с одной стороны, в недостатке у исследователей-социологов знаний о применяемых управленческих практиках; с другой стороны, у руководителей и чиновников — о возможностях социологического и социально-технологического подхода. Особой проблемой становится феномен бюрократического невежества, выражающегося в презумпции простых решений.
— Ресурсный, суть которого состоит в дефиците человеческих ресурсов, необходимых для реализации перспективных проектов, определяющемся низким уровнем интеллектуального развития исполнителей и недостатком у них мотивации к продуктивной деятельности.
— Психологический, определяющийся в среде чиновников недоверием к инновационным решениям и — особенно — к их инициаторам; среди исследователей — предубеждениями и стереотипами в отношении региональной бюрократии.

Список литературы

1. Программа улучшения качества жизни населения Белгородской области. Белгород, 2003. 110 с.
2. Стратегия «Формирование регионального солидарного общества на 2011—2025 годы». Белгород, 2011. 80 с.

Н. Н. Измоденова, М. В. Иванова, Э. С. Клюкина

СОЦИОЛОГ НА ПЕРИФЕРИИ: ВОСТРЕБОВАННЫЕ ТРАЕКТОРИИ ПРОФЕССИИ

ИЗМОДЕНОВА Нина Николаевна — кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры экономики, управления и социологии, филиал ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет» в г. Апатиты, Апатиты, Россия.
E-MAIL: nina_izmodenova@mail.ru
ORCID: 0000-0003-0350-8195

ИВАНОВА Медея Владимировна — доктор экономических наук, ведущий научный сотрудник, Центр гуманитарных проблем Баренц региона — филиал ФГБУН ФИЦ «Кольский научный центр Российской академии наук», Апатиты, Россия.
E-MAIL: medeya99@yahoo.com
ORCID: 0000-0002-6091-8804

КЛЮКИНА Элина Сергеевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры экономики, управления и социологии, филиал ФГБОУ ВО «Мурманский арктический государственный университет» в г. Апатиты, Апатиты, Россия.
E-MAIL: elina_klukina@mail.ru
ORCID: 0000-0003-0085-5554

Аннотация. Проведен анализ роли социологии, функций и значимости социолога в жизни местного сообщества малого северного города европейской части Арктической зоны Российской Федерации. Представлены результаты анализа эссе студентов-социологов разных лет (специалистов, бакалавров, магистров) на тему «Профессия социолога», позволившие выделить систему типичных социальных представлений студентов-социологов о роли социологии и социолога в современной России. Метод исследования текстов сочинений — контент-анализ. Всего было проанализировано 60 текстов эссе. В работе использованы материалы социологических исследований, проведенных в период с 2003 года по настоящее время. Основные направления исследований — изучение общественного мнения, образа и условий жизни населения региона, проблемы образования и культуры, медицины, региональных и городских средств массовой информации. Сотрудники кафедры социологии, созданной в 1999 году, ведут не только преподавательскую деятельность, но активно сотрудниче-

ют с институтами Кольского научного центра Российской академии наук, региональным бизнес-сообществом, органами государственной власти и органами местного самоуправления, а также профильными кафедрами российских и зарубежных вузов. Преподаватели и студенты кафедры регулярно принимают участие в научных мероприятиях разного уровня.

Ключевые слова: роль социологии, функции социолога, профессия социолога, качества личности социолога, периферийные территории, местное сообщество, социологическое образование, студенты

Развитие периферийных территорий отличается от динамично развивающегося центра. В то же время увеличение значения нематериальных факторов и развитие информационного пространства позволяют преодолевать периферийные барьеры развития. Несколько слов о городе Апатиты Мурманской области. Город изначально обладал неплохим научным потенциалом — Кольским научным центром РАН, что позволило в конце 1990-х годов, следуя новым возможностям, открыть филиал Петрозаводского государственного университета. Появление нового элемента в сложившейся системе определило новые формы культурной, хозяйственной и политической активности.

В филиале была организована кафедра философии и социологии для подготовки специалистов-социологов. Преподаватели кафедры учили и учат студентов социологии не только «по учебникам», но вместе с ними занимаются исследовательской деятельностью как по собственной инициативе, так и по заказам различных организаций. В поле зрения исследователей на протяжении многих лет попадают темы, касающиеся исследования социально-экономических и социально-политических проблем развития региона, изучения человеческого капитала населения (экономический, социальный, культурный, символический капиталы), социальных установок и идентитета населения. Проводится мониторинг аномии, делинквентности и конфликтов (явные и латентные структуры социальных взаимодействий в регионе: межэтнические, межконфессиональные, профессиональные, классовые и т. д.), исследование мобильности населения (установки на мобильность, реальные практики мобильности).

Роль социологических оценок на уровне периферийного сообщества более чем за двадцать лет существования филиала университета изменилась. Социология и социологи стали востребованным институтом для местного сообщества (населения, органов власти, бизнеса и науки).

Многие выпускники работают в исследовательских социологических центрах страны, в муниципальных организациях, в рекламных и маркетинговых фирмах, работают в собственных, созданных ими, фирмах, преподают в других вузах, продолжают учебу за пределами страны, где и реализуют свою профессиональную деятельность.

Как видят свою профессию будущие социологи? Попробуем ответить на этот вопрос через призму студенческих (специалистов, бакалавров и магистров) эссе на тему «Профессия социолога». Анализ работ позволяет выделить систему типичных социальных представлений студентов-социологов о роли социологии и социолога в современном российском обществе.

Социология — наука. Она необходима всему обществу: государственным и общественным институтам, организациям, социальным группам и отдельным индивидам, так как по результатам социологических исследований члены общества узнают о себе «*много нового*», что дает возможность «наивному социологу» — обывателю либо убедиться в правильности своих интерпретаций повседневности, либо проблематизировать окружающий его мир. «*Социолог — специалист, незаменимый работник в научных учреждениях, маркетинговых агентствах, СМИ, аналитических центрах и консалтинговых кампаниях*». «*Этот специалист востребован в государственных и муниципальных органах власти*», так как «*…очень трудно ориентироваться в современном обществе, не понимая устройство окружающего нас социального мира. Социолог проводит диагностику общества, ставит диагноз и предлагает пути «лечения»*. Научное знание о некоторых закономерностях общественных процессов позволяет прогнозировать (предвидеть) возможное будущее, принимать решения по достижению целей и в соответствии с ними — действовать. «*Социолог должен владеть методами и инструментами исследования, методами анализа и интерпретации полученных результатов*», «*уметь вести беседу*», «*знать статистику и SPSS и многое другое*». То есть студенты считают, что без специальных научных знаний нельзя стать профессионалом. «*Социологи всегда востребованы, особенно прикладники…*».

Роль социологических знаний и их носителя-социолога в современной России оценивается высоко: «*…если представить, что они вдруг исчезнут, то политики, банкиры, экономисты и простые граждане лишатся возможности знать и понимать общество, в котором живут, прогнозировать поведение людей в тех или иных ситуациях, а значит, не смогут что-то изменить к лучшему…*». «*Знакомясь с литературой, слушая лекции*

и участвуя в исследованиях, я пришла к выводу, что социология — одна из главных наук в современном информационном обществе, а социолог — одна из интереснейших и востребованных профессий». «Социология, благодаря своей универсальности и специализации, приникает во все области жизни, где социальные действия человека являются ведущим и определяющим фактором».

Качества личности социолога: *«Социолог должен обладать умом и обаянием, чтобы респондент не отказывался от ответов на вопросы…», «…быть коммуникабельным…», «…владеть аналитическим и критическим мышлением…», «…обладать и развивать социологическое воображение…», «…читать специализированную литературу, уметь анализировать данные, писать отчеты…», «…соблюдать профессиональные и культурные нормы…», «…быть любопытным к окружающему миру…», «быть эрудированным, самостоятельным, обладать навыками организатора, быть наблюдательным и внимательным…».* Только один человек написал о том, что социолог должен *«…помогать решать проблемы незащищенных слоев населения, возникающих в их повседневной жизни*».

Какие функции выполняет сегодня социология на периферии? Функция, которую можно назвать общественной, отражает взаимодействие социологии с органами местного самоуправления и состоит в содействии эффективному руководству развитием подведомственной территории. В основном она сводится к обеспечению «обратных связей» управления.

Консалтинговая функция отражает взаимодействие социологии с бизнесом, причем здесь можно выделить две подфункции. Одна направлена на исследование внешней среды, позволяет решить коммерческие проблемы путем исследования рынка, предпочтений экономических агентов, способствуя принятию адекватных бизнес-решений. Другая направлена на исследование внутренней среды, позволяет наладить связи между руководством и сотрудниками.

Социологи также выполняют просветительскую функцию, выступая в местных СМИ с результатами проведенных исследований.

Анализ портфеля заказов на проведение социологических исследований коллективом кафедры свидетельствует о расширении диапазона интересов со стороны местного сообщества и подтверждает признание социологии как инструмента, который объясняет происходящие изменения в обществе, помогает разрешать сложные ситуации на основе социологического знания, способствует решению социальных проблем — как локальных, так и общероссийских.

А. В. Барбарук

ПРОБЛЕМЫ ПРИКЛАДНОЙ СОЦИОЛОГИИ В УСЛОВИЯХ КРАЙНЕГО СЕВЕРО-ВОСТОКА РОССИИ (НА ПРИМЕРЕ МАГАДАНСКОЙ ОБЛАСТИ)

БАРБАРУК Анна Владимировна — кандидат социологических наук, начальник отдела социологических исследований, Северо-Восточный государственный университет, Магадан, Россия.
E-MAIL: anna.barbaruk@mail.ru

Аннотация. Описывается состояние прикладной социологии в Магаданской области. Поднимаются вопросы подготовки квалифицированных кадров в регионе, оцениваются перспективы существования направления подготовки «Социология» в главном вузе региона. Кроме того, поднимаются такие темы, как функционирование рынка социологических услуг, с критических позиций рассматривается его состояние. Дается описание основных проблем, возникающих при проведении социологических исследований. Основные проблемы прикладной социологии на Севере, по мнению автора, следующие: кризис в подготовке профессиональных кадров, ряды которых вряд ли пополнятся приезжими специалистами, монополия в сфере социологических исследований, серьезный провал в сфере региональных маркетинговых опросов, невысокий уровень оплаты труда и, вероятно, связанный с ним высокий уровень ротации интервьюеров и анкетеров. Впервые в тезисах ставится и выносится на публичное рассмотрение в профессиональном сообществе вопрос о специфике функционирования социологического знания в Магаданской области.

Ключевые слова: прикладная социология, социологические услуги, интервьюеры, качество социологических услуг, подготовка профессиональных кадров

В Магаданской области прикладная социология не получила широкого развития в силу объективных причин, и прежде всего из-за слабой заселенности региона, его территориальной удаленности, «дороговизны» самих опросов, которые не всегда могут быть финансово обеспечены даже ведущими всероссийскими организациями изучения общественного мнения. В то же время жители области, как показывают те же опро-

сы, нуждаются в решении социальных проблем, связанных с качеством жизни на Севере (жилье, здравоохранение, социальные гарантии и т. д.), а значит, социологические знания потенциально здесь востребованы, причем, может быть, не менее, чем в центральных регионах страны.

Подготовка квалифицированных кадров (до 2011 г. — специалистов, с 2011 г. — бакалавров) осуществляется в Магадане с 1991 г., тогда была открыта кафедра социологии и политологии в местном университете. На сегодняшний день существует явная проблема подготовки квалифицированных кадров на Севере. С каждым годом количество студентов, получающих образование социолога, уменьшается. На будущий учебный год (2018/2019) не будут выделены бюджетные места, а значит, нависла угроза не набрать студентов на первый курс. В то же время выпускаемые социологи зачастую не мотивированы на работу в области прикладных исследований из-за отсутствия достаточного количества рабочих мест, а также невысокого престижа профессии социолога.

Что касается прикладных исследований, в Магадане действует всего три организации, которые занимаются социологическими опросами. Две из них встроены в структуру местных вузов, что не делает их мобильными в современных условиях. Третья существует скорее формально. Большинство вопросов, связанных с исследовательскими проектами, решаются долго, проходя через целую систему сложных юридических процедур.

Поскольку сложилась монополия на социологические услуги, то нет и конкуренции внутри местного профессионального сообщества, а значит, нет и стимула для повышения качества проводимых на месте прикладных исследований. Кадров не хватает, нет возможности использовать современные технологии опросов, применять новый опыт. Ситуацию, которую можно наблюдать в регионе, я бы назвала «кустарной социологией»: все делается по давно сложившимся схемам. Нет специализированного штата сотрудников — как говорится, «сам себе кузнец и жнец», недостаточно развита материально-техническая база. Единственная организация, которая проявляет активность в социологических опросах в регионе, — это Северо-Восточный государственный университет, на основе которого еще в 1999 г. создан отдел социологических исследований. За период своего существования отдел проведел десятки опросов по различным проблемам, касающимся как региона, так и вуза. Около двух раз в год отдел социологических исследований проводит опросы по государственным контрактам, однако подобные коммерческие предложения трудно

назвать выгодными для вуза. Более того, в условиях конкурсного способа получения заказа на такие исследования приходится существенно снижать стоимость работ. Во многом в этих случаях спасают ресурсы университета — студенты, материально-технические возможности учебного заведения и т. д. Однако снижение стоимости социологических услуг бьет по престижу профессии: чиновники видят, что социологические опросы стоят дешево, можно и не переплачивать. С другой стороны, если не участвовать в госконтрактах, в регионы (не только в Магадан) приходят фирмы-однодневки по опросам общественного мнения. Они не только снижают престиж профессии, но, очевидно, изобретают «халтуру», которая может вызывать явное недовольство не только со стороны профессионального сообщества и заказчика, заинтересованных в объективных данных, но и населения, которое было опрошено.

В то же время в регионе наблюдается и позитивная тенденция: повышается заинтересованность со стороны Правительства Магаданской области и его министерств в опросах общественного мнения. Причем интерес правительственных структур нельзя назвать формальным. Некоторые подразделения региональной власти желают сотрудничать именно с магаданскими организациями, которые лучше знают местную ситуацию и могут дать объективную оценку событиям. Они формулируют технические задания таким образом, чтобы фирмам-однодневкам из других регионов было невыгодно и сложно выигрывать тендеры именно в нашей области. Иногда этот помогает. Сегодня возросло количество заказов на исследования, посвященные изучению качества услуг, предоставляемых бюджетными организациями, а также органами региональной и местной власти.

Местный бизнес не заинтересован в проведении маркетинговых исследований по причине того, что рынок монополизирован. Предприниматели не видят выгоды от социологических опросов. Именно поэтому собственные маркетинговые исследования — довольно редкое явление в Магадане. Подобные проекты в регионе осуществлялись отделом социологических исследований всего несколько раз за все время его существования в структуре вуза.

От федеральных организаций по изучению общественного мнения (ВЦИОМ, ФОМ и пр.) также периодически поступают заказы в отдел социологических исследований СВГУ (намного реже, чем в другие регионы), однако в силу различных причин участвовать в таких проектах оказывается местным организациям, в том числе университету, невыгодно.

Прежде всего из-за низкой оплаты труда интервьюеров. В Магадане были попытки создать фирму, занимающуюся только полевыми проектами, ориентированную на выполнение заказа внешних федеральных организаций, но долго просуществовать она не смогла. Одна из причин провала заключалась в том, что база интервьюеров и анкетеров не нарабатывалась, а это приводило к существенным потерям качества опросов.

В то же время, как нам представляется, есть трудности, которые объединяют социологов-прикладников по всей России: это низкая оплата труда работы социолога, маленький бюджет на исследования и налоговый гнет, сложные финансовые схемы, которые не позволяют оперативно расплачиваться с интервьюерами за работу, чья мотивация на продолжение сотрудничества падает. Уровень подготовки интервьюеров также, к сожалению, оставляет желать лучшего, в том числе и у нас в регионе. Думается, что основная причина заключена именно в уровне материального поощрения. Не хватает и опыта более активного вовлечения опрашивающих в подготовку отчетов и анализ результатов, что также могло бы повысить их ответственность при работе в поле.

Итак, основные проблемы в прикладной социологии на Севере, как мы это видим, следующие: кризис в подготовке профессиональных кадров, ряды которых вряд ли пополнятся приезжими специалистами, монополия в сфере социологических исследований, серьезный провал в сфере региональных маркетинговых опросов, невысокий уровень оплаты труда и, вероятно, связанный с ним высокий уровень ротации интервьюеров и анкетеров.

В. В. Токарев

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ И СОЦИАЛЬНЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СПЕЦИАЛИЗАЦИИ ВНЕШТАТНЫХ СОТРУДНИКОВ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ КОМПАНИЙ

ТОКАРЕВ Василий Владимирович — кандидат технических наук, доцент, генеральный директор ЗАО ЦСМИ «Аналитик», Волгоград, Россия.
E-MAIL: vasily-tokarev@yandex.ru

Аннотация. Представлены результаты инициативного исследовательского проекта «Мотивация и удовлетворенность трудом внештатных сотрудников региональных исследовательских компаний» («ИнтерОпрос»), относящиеся к анализу демографических и социальных характеристик различных групп полевых интервьюеров, работающих в регионах России.

Ключевые слова: региональные исследовательские компании, внештатные сотрудники, полевые интервьюеры, демографические характеристики, профессиональная специализация, удовлетворенность трудом, методика eNPS, Ассоциация «Группа 7/89»

В рамках Грушинской конференции неоднократно представлялись результаты ежегодного инициативного проекта «ИнтерОпрос», посвященного изучению внештатных сотрудников региональных исследовательских компаний (см. [Токарев, 2017; Токарев, 2013]). Шестая волна ежегодного исследования была завершена в мае 2017 г., в настоящее время проводится сбор информации в рамках полевого этапа седьмой волны проекта. Подробно с методикой и особенностями исследования можно познакомиться в работе [Токарев, 2018].

В 2017 г. был проведен вторичный анализ массива данных, накопленного за шесть лет исследования и включающего около 7 тысяч наблюдений. Целью анализа было выделение не только основных механизмов формирования мотивации, но и социальных и демографических детерминант, определяющих закономерности удовлетворенности трудом (на основе применения методики eNPS Ф. Райхельда) и профессиональной специализации внештатных сотрудников. Так же, как и в представленных

ранее результатах обработки, в рамках анализа внештатные сотрудники были разделены на три основные категории:

— «интервьюеры на маршрутных опросах» — полевые интервьюеры, для которых основным видом деятельности в исследовательской компании является проведение маршрутных поквартирных опросов (около 25 % массива);
— «операторы CATI» — интервьюеры, специализирующиеся на телефонных интервью с использованием технологии CATI (около 37 % массива);
— «прочие сотрудники» (38 % массива) — внештатные сотрудники региональных исследовательских компаний, занимающиеся иными видами деятельности (интервьюеры на уличных опросах, холл-тестах, рекрутеры, контролеры, вводчики и т. д.). Всего к данной категории относится более десяти «узких специализаций», каждая из которых включает в себя относительно небольшое число внештатных сотрудников.

При анализе данных ставилась задача не только описать демографические и социальные характеристики различных профессиональных групп, но и выделить демографические и профессиональные детерминанты удовлетворенности трудом. Однако по результатам проверки системы статистических гипотез о наличии связи между признаками «принадлежность к группе удовлетворенности по методике eNPS» (а также — «уровень удовлетворенности и чистой поддержки по методике eNPS») и всеми демографическими, социальными и профессиональными признаками, включенными в инструментарий исследования, практически все они были отклонены. Все статистически значимые зависимости, которые удалось выявить, во-первых, очень слабы, а во-вторых, весьма тривиальны.

В то же время при проверке статистических гипотез о наличии зависимости между социально-демографическими характеристиками и принадлежностью к одной из групп по профессиональной специализации практически во всех случаях (точнее — в 29 случаях из 34 проверенных статистических гипотез) между переменными наблюдается значимая статистическая связь. Характер выявленных связей (для тех случаев, когда они могут быть изложены в нескольких фразах, без более детального анализа) описан в табл. 1.

Анализ представленных данных позволяет увидеть, что выделенные группы внештатных сотрудников региональных исследовательских компаний различаются между собой не только характером основной деятель-

ности, но и социально-демографическими характеристиками и способом вовлеченности в производственный процесс.

Таблица 1. ***Результаты проверки статистических гипотез о наличии демографических различий между профессиональными группами внештатных сотрудников региональных исследовательских компаний***

Признак	Сила связи	Описание связи
Пол	Слабая	Среди интервьюеров на маршрутных опросах значительно меньше мужчин (4%), чем среди операторов CATI (8%) и «прочих категорий» (10%)
Возраст	Слабая	Операторы CATI в среднем значительно моложе (средний возраст — 34 года), чем «прочие категории» (40 лет) и интервьюеры на маршрутах (45 лет)
Срок работы в компании	Средняя	Средний срок работы в компании операторов CATI (14 месяцев) более чем в пять раз меньше, чем срок работы интервьюеров на маршруте (72 месяца) и в 3,5 раза меньше, чем стаж работы «прочих сотрудников» (51 месяц)
Специализация в компании, род занятий	Сильная, очень сильная	Признак является группообразующим и может интерпретироваться лишь ограниченно. В категории «прочие сотрудники» наиболее широко представлены следующие специализации: интервьюеры на проектах с поиском респондентов «снежным комом» (18%), интервьюеры на уличных опросах (15%), интервьюеры на холл-тестах (14%)
Удовлетворенность трудом, чистая поддержка	Слабая	Наиболее высокая удовлетворенность и поддержка в категории «интервьюеры на маршрутных опросах», самая низкая — в категории «операторы CATI»
Удовлетворенность по отдельным компонентам	Слабая	Операторы CATI меньше, чем другие категории, удовлетворены размером и системой оплаты труда, качеством инструментария и оборудования, качеством общения, авторитетом компании. «Прочие сотрудники» менее, чем другие категории, удовлетворены графиком оплаты труда, удобством расположения офиса, а также отношениями с другими внештатными сотрудниками. Интервьюеры на маршрутах, как правило, оценивают различные аспекты своей работы достаточно высоко (не ниже или выше, чем другие категории сотрудников)
Образование	Сильная	В целом наиболее высокий уровень образования имеют «прочие категории» внештатных сотрудников, наиболее низкий — операторы CATI (в том числе за счет высокой доли молодых людей, не закончивших образование)

Признак	Сила связи	Описание связи
Количество дней в неделю, занятых в «организации»	Средняя	Операторы CATI в среднем работают на проектах организации 4,5 дня в неделю, остальные внештатные сотрудники — 3,3—3,4 дня
Количество рабочих часов в «типичный день»	Слабая	Операторы CATI в среднем работают на проектах организации 5,6 часов в день, остальные внештатные сотрудники — 4,5—4,6 часов
Количество рабочих часов в неделю	Средняя	Операторы CATI в среднем вырабатывают на проектах организации 26 часов в неделю, остальные внештатные сотрудники — 16 часов
Размер среднемесячного заработка	Слабая	Операторы CATI имеют несколько больший размер среднемесячной оплаты труда, чем остальные внештатные сотрудники
Доля заработка, полученного в «организации» в личном доходе	Средняя	Для операторов CATI средства, которые они зарабатывают в «организации», в среднем составляют около 56 % личного дохода; для остальных внештатных сотрудников — не более 36 %

Если CATI сегодня представляет собой возможность «фабричной организации труда», то «традиционное поле» (маршрутные опросы и «прочие технологии») сегодня вновь становится даже не «мануфактурой», а «ручным производством», несмотря на применение современных технологий. Сокращение общего объема «традиционных полей» и увеличение сложностей с поиском интервьюеров делают хорошего «face–to–face» интервьюера редким и ценным «штучным специалистом», замену которому подготовить чрезвычайно сложно. Полевые менеджеры региональных компаний, как правило, ценят интервьюеров-»старичков», создавая им максимально благоприятные условия — как финансовые, так и коммуникативные. Следствием этого являются более высокие показатели удовлетворенности трудом (при более низкой вовлеченности), характерные для интервьюеров на маршрутах и «прочих специалистов».

Список литературы

1. Токарев В. В. Внештатные сотрудники исследовательских компаний: мотивация и удовлетворенность // Материалы VII международной социологической Грушинской конференции «Навстречу будущему. Прогнозирование в социологических исследованиях», 15—16 марта 2017 г. М.: АО «ВЦИОМ», 2017. С. 1766—1769.

2. Токарев В. В. Внештатные сотрудники исследовательских компаний: характеристика, структура активности, мотивация, удовлетворенность // Третья международная научно-практическая социологическая конференция «Продолжая Грушина». 28 февраля — 1 марта 2013 г. Материалы конференции. М.: ВЦИОМ, 2013. С. 214—216.
3. Токарев В. В. Мотивация и удовлетворенность трудом внештатных сотрудников современной исследовательской компании: региональный аспект : дисс. … магистра социологии. Астрахань, 2018. 161 с.

Ю. К. Кормушина

ПРОЕКТ «РИК-2018» КАК КОЛЛАБОРАТИВНЫЙ ПРОЕКТ СООБЩЕСТВ РЕГИОНАЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

КОРМУШИНА Юлия Константиновна, управляющий партнер, MIRACULUM research group, Астрахань, Россия; аспирант кафедры социологии, Астраханский государственный университет, Астрахань, Россия.
E-MAIL: miraculum.rg@mail.ru
ORCID: 0000-0003-0787-3923

Аннотация. В статье рассматриваются особенности полевого этапа инициативного проекта «Рейтинг исследовательских компаний» Ассоциации «Группа 7/89», который в 2018 году проведен в формате объединения усилий Ассоциации и дискуссионной онлайн-площадки региональных исследователей общественного мнения «Полстеры.РФ». Описан перечень работ по решению задач полевого этапа, без оглашения персональных данных указаны некоторые характеристики компаний — участников исследования. Внимание исследователей также уделено анализу некоторых данных о локальных рынках исследований общественного мнения в регионах РФ.

Ключевые слова: деятельные сообщества, коллаборативные исследовательские проекты, локальные рынки исследований общественного мнения, профессиональные социологические сообщества, региональные исследователи общественного мнения

В условиях трансформации исследовательской деятельности существует устойчивая тенденция к организации коллаборативных проектов. Такая совместная деятельность во многих случаях взаимовыгодна, она расширяет возможности повышения содержательности и актуальности генерируемых результатов.

В 2018 г. коллаборативные проекты не теряют актуальности. Тринадцатая волна инициативного проекта «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89» [Рейтинг исследовательских компаний, 2018] проводилась с приглашением на проведение полевого этапа неформаль-

ной дискуссионной онлайн-площадки региональных исследователей общественного мнения «Полстеры.РФ» в лице компании MIRACULUM research group [MIRACULUM research group, 2018].

При организации полевого этапа были проанализированы актуальные базы контактов региональных исследовательских компаний:

— справочник компаний «2ГИС»;
— база данных «Социологические центры России» на портале российской прикладной социологии Sociologos [База данных «Социологические центры России», 2018];
— база контактов компаний региональных исследовательских компаний, сгенерированная представителями Ассоциации «7/89»;
— база контактов компаний региональных исследовательских компаний, сгенерированная сотрудниками MIRACULUM research group.

После сверки и исключения дублей в итоговой базе контактов для рассылки приглашений для прохождения опроса осталось 632 компании. Из них почти 10% (9,2%) контактов добавлены в волну 2018 года MIRACULUM research group (MRG) (см. рис. 1).

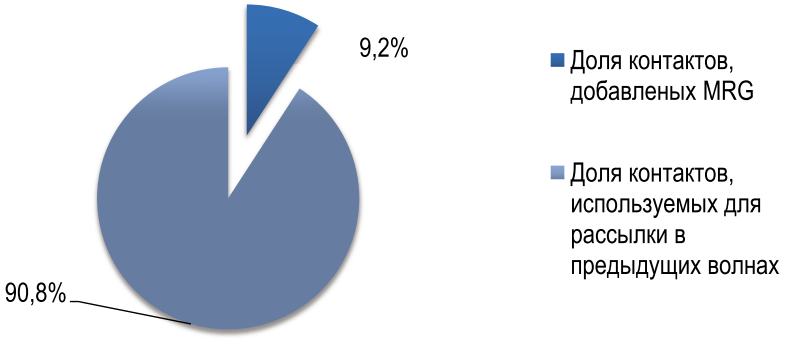


Рис. 1. Доля новых контактов, добавленных для рассылки в волну 2018 г.

Приглашение для участия в опросе проходило в два этапа с 1 февраля по 23 марта 2018 г. Для решения задачи по повышению показателя вовлеченности в опрос помимо массовых рассылок на страте «поля» к концу этапа отправлялись именные приглашения и напоминания для тех, кто открыл анкету, но не заполнил ее до конца.

В итоге участие в опросе приняли 189 компаний, или 29,9% от изначального количества контактов (см. рис. 2).

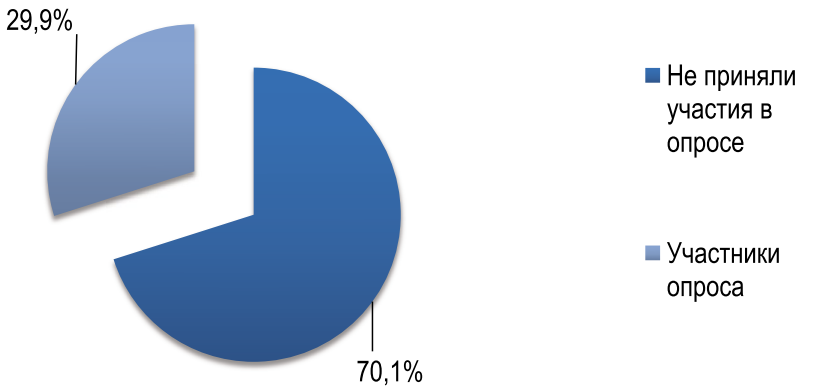


Рис. 2. Итоговое количество участников исследования

Среди участников опроса почти треть (27,5 %) контактов были добавлены MIRACULUM research group к имеющимся или используемым контактам в предыдущих волнах (см. рис. 3).

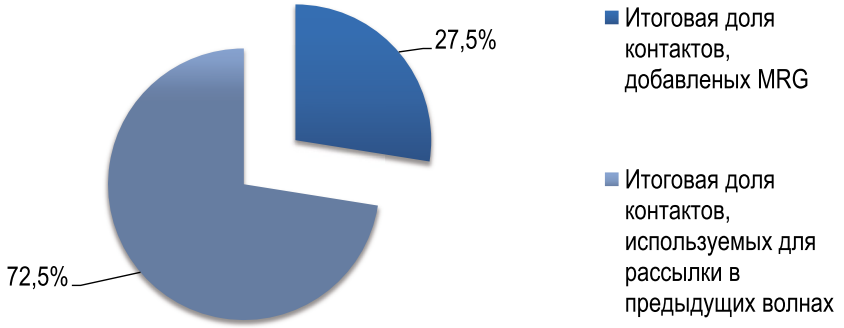


Рис. 3. Итоговые доли контактов, добавленные в волну 2018 г.

Среди тех, кто не принял участие в опросе, почти 73 % контактов из базы для рассылки получили статус «Ожидание подтверждения», что говорит об отсутствии ответа со стороны адресатов. Доли тех, кто подтвердил получение, выразил желание участвовать, но в итоге не заполнил анкету, и тех, кто отказался от участия, практически равны (10,8 % и 11,1 % соответственно) (см. рис. 4).

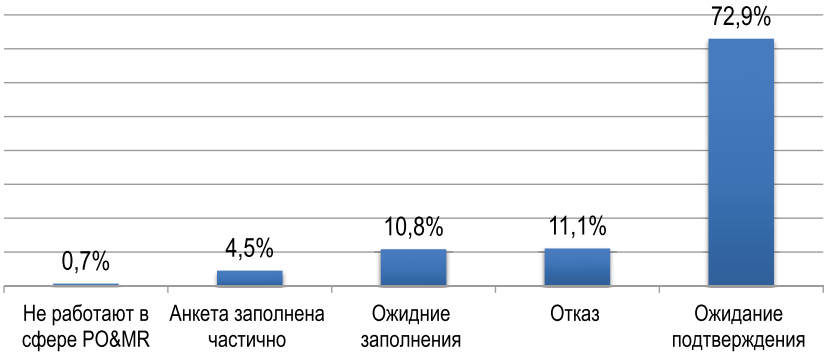


Рис. 4. Причины недостижимости

Основными причинами отказов стали отсутствие у компании проектов от федеральных заказчиков, отсутствие в перечне деятельности компании проектов по социологическим и/или маркетинговым исследованиям, а также отсутствие интереса к проводимому исследованию (см. рис. 5).

Рис. 5. Причины отказов от участия в исследовании

В общей сложности около 15 % компаний из тех, что в итоге не приняли участие в опросе, могли бы стать участниками исследования, но остановились на разных этапах заполнения — 4,5 % представителей ЦА заполнили анкету частично и 10,8 % компаний подтвердили получение анкеты, но так и не приступили к ее заполнению (см. рис. 4).

Рассматривая принадлежность участников опроса к федеральным округам РФ, можно сделать вывод, что почти четверть (23,4%) респондентов базируются в Центральном федеральном округе, а почти по 20% респондентов представляют Приволжский и Сибирский федеральные округа (см. рис. 6).

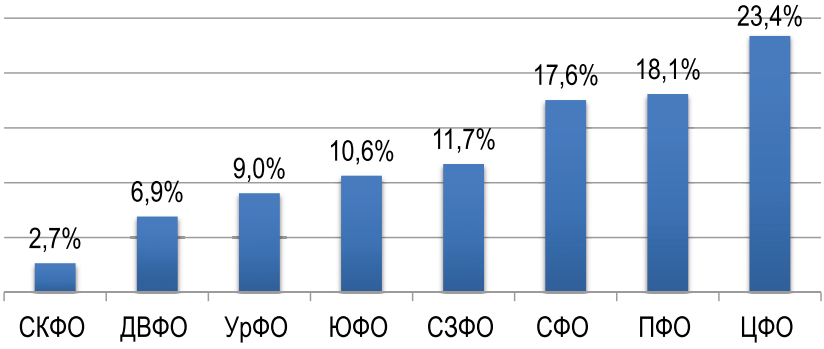


Рис. 6. Распределение участников опроса по федеральным округам

Рис. 7. Распределение ответов на вопрос «Как Вы оцениваете изменения общей ситуации на своем локальном рынке?»

Также важно осветить и некоторые результаты исследования, касающиеся ситуации на локальных рынках исследований общественного мнения в регионах РФ.

В рассуждениях участников опроса в основном преобладают негативные коннотации тенденций в отношении маркетинговых исследований полного цикла, проводившихся в прошедшем году. К примеру, при оценке изменения общей ситуации на своем локальном рынке более трети респондентов выбирали варианты «общее снижение бюджетов на маркетинговые исследования со стороны местных заказчиков по проектам полного цикла» (34 %) и «сокращение числа местных заказчиков на маркетинговые проекты полного цикла» (32 %) (см. рис. 7).

Негативные характеристики тенденций фиксируются и в отношении заказов на социально-экономические и социально-политические исследования полного цикла. Чаще других вариантов участники опроса отмечают «активизацию «черных» социологов» (28 %) и «укрепление связей между отдельными исследователями и органами власти» (27 %) (см. рис. 8).

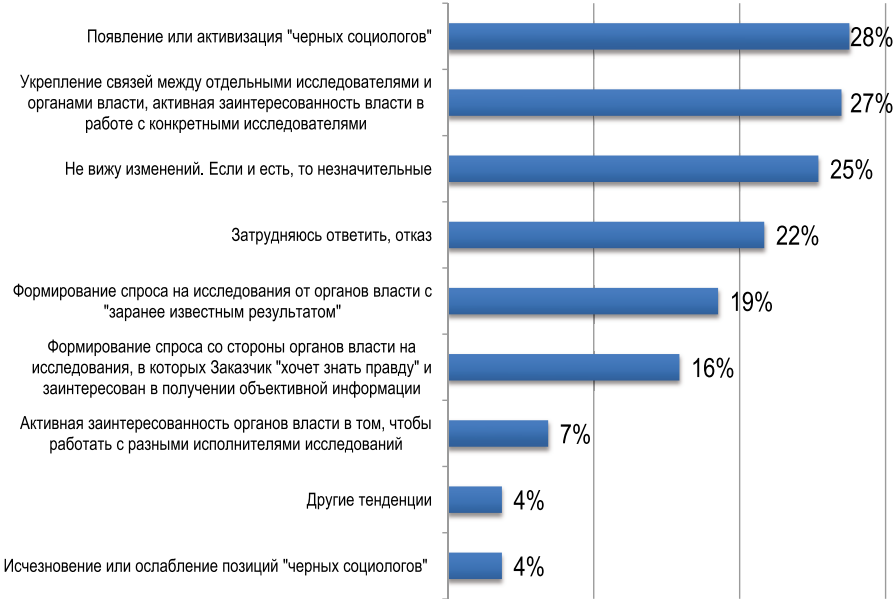


Рис. 8. Распределение ответов на вопрос «Какие явления и тенденции Вы отмечаете в отношении социально-экономических и социально-политических исследований полного цикла?»

Говоря о тенденциях в отношении полевых работ для столичных исследовательских компаний, участники опроса также в большей степени отмечают негативные явления — более половины респондентов выбрали ответ «снижение числа крупных проектов от столичных исследовательских компаний, уменьшение среднего бюджета проекта» (55 %). В дополнение к этому популярными ответами стали «снижение цен на полевые работы по заказам столичных исследовательских компаний» (42 %), «ужесточение штрафных санкций и требований к отбраковке анкет» (41 %), «сокращение общего числа заказов на исследования со стороны столичных исследовательских компаний» (40 %), «рост дебиторской задолженности, увеличение срока платежей за работы» (39 %). При этом указанные варианты имеют практически одинаковые показатели (см. рис. 9).

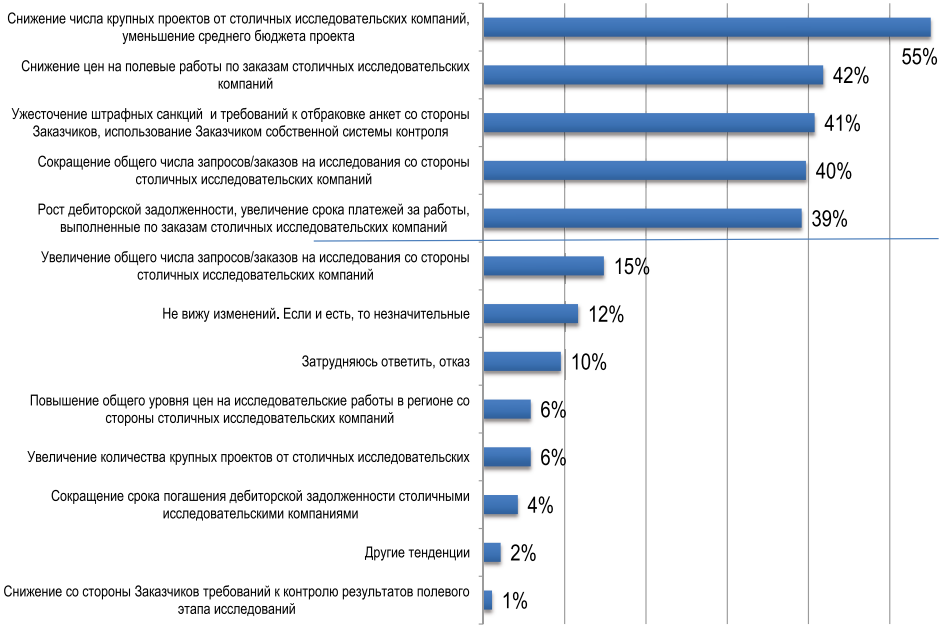


Рис. 9. Распределение ответов на вопрос «Какие явления и тенденции Вы отмечаете в отношении полевых работ для столичных исследовательских компаний?»

В отношении общей ситуации на локальных исследовательских рынках наиболее популярным ответом респондентов стал «увеличение сложностей с подбором внештатных сотрудников» — его выбирали более поло-

вины участников опроса (53 %). Также участники опроса отмечают «выход на исследовательский рынок компаний из смежных областей» (39 %) и «возникновение новых административных барьеров и законодательных ограничений» (34 %) (см. рис. 10).

Рис. 10. Распределение ответов на вопрос «Какие явления и тенденции Вы отмечаете в отношении общей ситуации на локальных исследовательских рынках в тех регионах, в которых Вы работаете?»

Негативные настроения фиксируются и по личной оценке влияния на бизнес участников опроса изменений, которые происходят на рынке социологических и маркетинговых исследований. Так, почти 2/5 респондентов выбирают вариант ответа «изменения скорее неблагоприятные, ограничивают возможности для развития и роста компании» (38 %), и менее четверти участников опроса склоняются к ответу «Скорее благоприятные, предоставляют возможности для роста и развития компании» (23 %). Важно также отметить, что в совокупности негативные ответы выбирают в два раза чаще, чем позитивные (50 % и 25 % соответственно).

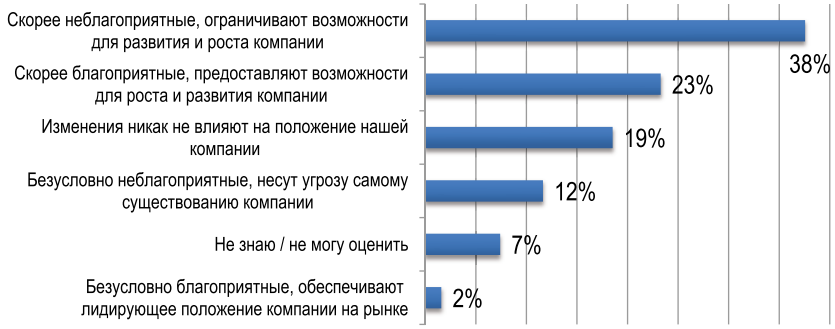


Рис. 11. Распределение ответов на вопрос «Как в целом Вы воспринимаете изменения, которые происходят на рынке социологических и маркетинговых исследований, и их влияние на Ваш бизнес?»

Подводя итоги, можно сделать вывод о достаточно высокой эффективности коллаборативного взаимодействия сообществ региональных исследователей общественного мнения. К имеющейся у инициаторов исследования базе в волну 2018 г. добавлены почти 10 % новых контактов для рассылки приглашений. В итоговом перечне доля новых компаний — участников опроса выросла почти на треть. Участие в опросе приняло 189 компаний, что почти на четверть больше самого высокого показателя по предыдущим волнам.

Тем не менее, несмотря на появление в числе респондентов новых компаний, в основном настроения участников рынка PO & MR относительно тенденций развития регионального бизнеса в сфере исследований стремятся в негативную плоскость. Основная тема — снижение количества как местных, так и федеральных заказов и уменьшение средних бюджетов на проект. Ощутима для респондентов и активизация «черных социологов», а также выход на рынок компаний из смежных отраслей. В этой связи складываются предпосылки для дальнейших совместных проектов и инициатив региональных сообществ исследователей общественного мнения, посвященных выработке консолидированных решений по общим для отрасли проблемам.

Список литературы

1. MIRACULUM research group [Электронный ресурс] / Официальный сайт, 2018. URL: http://miraculum-rg.ru (дата посещения: 30.03.2018).

2. Рейтинг исследовательских компаний (РИК) [Электронный ресурс] / Официальный сайт Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/89», 2018. URL: http://789.ru/projects/rik.html (дата посещения: 30.03.2018).
3. База данных «Социологические центры России» [Электронный ресурс] / Портал российской прикладной социологии Sociologos, 2018/ URL: http://www.sociologos.ru/ispolniteli/ (дата посещения: 30.03.2018).

В. В. Токарев

ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ РЕЙТИНГ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ КОМПАНИЙ. ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ 2018 ГОДА

ТОКАРЕВ Василий Владимирович — кандидат технических наук, доцент, генеральный директор, ЗАО ЦСМИ «Аналитик», Волгоград, Россия.
E-MAIL: vasily-tokarev@yandex.ru

Аннотация. Представлены основные результаты инициативного исследовательского проекта «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» (РИК-2018), очередная (тринадцатая) волна которого проведена Ассоциацией исследовательских компаний «Группа 7/89» в январе–марте 2018 года.

Ключевые слова: инициативный проект, оценка ресурсов, рейтинг исследовательских компаний, Ассоциация «Группа 7/89»

В январе–марте 2018 г. Ассоциация исследовательских компаний «Группа 7/89» провела тринадцатую волну инициативного исследовательского проекта «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» («РИК»). Результаты исследования «РИК» представляются профессиональному сообществу после двухлетнего перерыва (в 2017 г. по решению Ассоциации «Группа 7/89» проект не проводился; результаты двенадцатой волны, проведенной в 2016 г., не выносились на широкое обсуждение).

В проекте «РИК-2018» использовались методика и процедуры, практически полностью повторяющие методику и процедуры предыдущих волн исследования (оценка «столичных» исследовательских компаний региональными подрядчиками по основным видам ресурсов, построение интегрального рейтинга оцениваемых компаний с учетом значимости ресурсов — см., например, [Звоновский, 2005; Звоновский, 2006; Токарев, 2015; Токарев, 2016]). Основные отличия волны 2018 г. от ранее проведенных волн заключаются в следующем.

1. Впервые этап сбора первичной социальной информации в полном объеме был реализован с использованием онлайн-технологий, что позволило увеличить перечень оцениваемых компаний (в волнах

2015—2016 гг. список оцениваемых компаний включал в себя 40 позиций, в 2018 г. оценивалось 60 компаний).

2. Впервые полевой этап проекта организовывался не рабочей группой из состава членов Ассоциации «Группа 7/89», а был отдан на аутсорсинг. Сбор первичной информации осуществляла компания MIRACULUM Research Group (О. В. Кормушин, г. Астрахань).

3. В результате принятых управленческих решений и использованных технологий в ходе полевого этапа было получено 189 заполненных анкет, что является абсолютным рекордом за все время проведения исследования (предыдущий рекорд поставлен в 2014 г.: было опрошено 154 компании; проектом руководил С. Н. Проценко, ГК «Бизнес-Формат»).

Традиционно в итоговый рейтинг «РИК» включаются 25 исследовательских компаний, наиболее активно работающих в регионах (то есть те компании, которые были оценены наибольшим количеством региональных подрядчиков). «Пороговое число оценщиков», которое становится границей для включения компании в итоговый рейтинг, в 2014—2015 гг. находилось на уровне 30—35 компаний. Однако значительное увеличение выборки в 2018 г. привело к тому, что «пороговое число оценщиков» для рейтинга 25 компаний оказалось равным 60 (что, безусловно, неоправданно много). В табл. 1 представлен итоговый рейтинг, включающий 40 компаний, наиболее активно работающих в регионах и получивших наибольшее количество оценок.

Таблица 1. ***Профессиональный рейтинг исследовательских компаний (40 компаний, наиболее активно работающих в регионах)***

Ранг	Оценки по ресурсам (10-балльная шкала) и итоговый рейтинг (100-балльная шкала)	Финансовый ресурс		Организационный ресурс		Кадровый ресурс		Технологический ресурс		Символический ресурс		Итоговый рейтинг
		Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	
1	Фонд «Общественное мнение»	8.4	1	8.7	1	8.9	2	8.5	1	9.3	1	87.2
2	Левада-Центр	8.0	2	8.5	3	8.9	1	7.7	8	8.7	4	83.4
3	Ипсос Комкон / Ipsos Comcon	7.7	3	8.4	5	8.5	6	8.1	2	9.0	2	83.1
4	ЦИРКОН, Исследовательская группа	7.5	5	8.6	2	8.8	3	7.8	4	8.4	7	82.2
5	ВЦИОМ	7.2	10	8.0	7	8.2	11	8.0	3	8.9	3	79.5
6	Дата Рисеч	7.7	4	8.5	4	8.5	4	7.4	11	7.2	17	79.2
7	О+К	7.3	7	8.1	6	8.5	5	7.5	10	7.8	12	78.9

Ранг	Оценки по ресурсам (10-балльная шкала) и итоговый рейтинг (100-балльная шкала)	Финансовый ресурс		Организационный ресурс		Кадровый ресурс		Технологический ресурс		Символический ресурс		Итоговый рейтинг
		Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	
8	Институт социологии РАН	6.9	16	8.0	10	8.5	7	7.4	14	8.6	5	78.0
9	ВАЛИДЕЙТА/VALIDATA	7.2	8	7.9	13	8.4	8	7.0	18	7.5	14	77.7
10	Эй Си Нильен/ ACNielsen	6.8	17	7.9	12	8.2	14	7.7	6	8.4	8	77.3
11	Инсомар	7.2	9	7.9	14	8.4	9	7.5	9	8.0	10	77.2
12	Гфк Русь/GfK RUS	6.7	21	7.9	15	7.9	22	7.7	7	8.6	6	77.1
13	Точка роста/Tochka Rosta	7.1	12	7.7	19	8.0	21	7.1	16	6.1	36	76.7
14	Комкон Рисеч/ COMCON Research	6.8	18	8.0	9	8.2	13	7.4	12	7.6	13	76.2
15	Мар Консалт	7.1	11	7.8	17	8.0	19	7.4	13	6.7	25	76.1
16	Радость понимания	7.5	6	7.7	18	8.3	10	6.7	24	6.4	33	74.6
17	НАФИ Аналитический центр	7.0	15	7.6	24	7.7	28	6.9	20	7.9	11	74.1
18	ФДФ Груп/FDF Group	7.0	13	8.0	11	8.1	17	7.2	15	6.5	29	73.7
19	Индепс/Indepth	7.0	14	7.4	28	8.1	15	6.6	25	6.9	19	73.6
20	ТНС Россия/TNS Russia	6.3	27	7.7	21	8.0	20	7.8	5	8.3	9	73.2
21	МАРК Аналитик	6.7	22	7.9	15	8.1	16	6.4	34	6.4	32	73.2
22	СканМаркет МА	6.7	20	8.0	8	8.2	12	6.7	22	6.8	23	73.1
23	Клевер Ресеч/Clover Research	6.8	19	7.6	23	7.9	23	6.1	36	6.9	20	72.7
24	Микс Рисеч/ Mix-Research	6.6	24	7.7	20	7.6	32	7.1	17	6.7	27	72.3
25	Астон Консалтинг/ Aston Consulting	6.5	25	7.3	30	8.0	18	6.5	32	6.7	26	71.5
26	АРМИ Маркетинг / A/R/M/I Marketing	6.1	31	7.6	22	7.7	29	6.8	21	7.4	15	71.4
27	МаркетСенс	6.4	26	7.0	34	7.5	34	7.0	18	6.8	24	71.3
28	Божоле / Bojole Research	6.6	23	7.5	26	7.7	30	6.6	31	6.8	21	70.9
29	Аналитика	6.0	34	7.4	27	7.8	25	6.6	30	6.2	35	70.5
30	МАГРАМ/MAGRAM Market Research	6.2	28	7.2	31	7.8	27	6.6	29	7.2	18	70.4
31	МАСМИ/MASMI Moscow	6.1	29	7.2	32	7.5	33	6.4	33	7.2	16	69.8
32	Фабрика маркетинга	6.1	30	7.6	25	7.8	24	6.6	26	6.6	28	69.0
33	Той-опинион	6.1	32	7.3	29	7.8	26	6.6	27	6.8	22	68.1
34	МИП	5.7	36	7.1	33	7.7	31	6.3	35	6.5	30	67.5

Ранг	Оценки по ресурсам (10-балльная шкала) и итоговый рейтинг (100-балльная шкала)	Финансовый ресурс		Организационный ресурс		Кадровый ресурс		Технологический ресурс		Символический ресурс		Итоговый рейтинг
		Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	
35	Вектор/Vector Market Research	5.7	35	6.8	36	7.3	35	6.7	23	5.7	37	67.0
36	Топ оф Майнд/Top of Mind	6.0	33	6.9	35	7.3	36	6.6	28	6.4	31	65.6
37	РАДАР	5.0	38	6.2	38	6.3	38	5.6	38	5.7	38	58.4
38	Башкирова и партнеры	5.2	37	6.4	37	6.8	37	6.0	37	6.3	34	57.5
39	РОМИР	4.0	39	6.0	39	6.3	39	5.5	39	5.4	39	54.8
40	Бизнес-Аналитика	3.9	40	5.9	40	5.9	40	5.5	40	5.2	40	50.8

Сравнение результатов 2018 г. с данными волны 2016 г. в сопоставимых показателях (по 25 компаниям, наиболее активно работающим в регионах) позволяет сделать следующие выводы.

1. Первая четверка итогового рейтинга осталась неизменной (ФОМ, «Левада-Центр», «Ипсос Комкон», ЦИРКОН). Следует отметить, что в 2016 году «территориальное объединение» «Ипсос Комкон» еще не состоялось и компания оценивалась дважды — как «бывший Ипсос» (третье место рейтинга, подтверждено в 2018 г) и «бывший Синовейт Комкон» (девятое место рейтинга в 2016 г.).
2. Очень заметно (с десятого на пятое место при рейтинговании по 25 компаниям) поднялся ВЦИОМ. В первую очередь это произошло за счет роста технологического (на шесть позиций), организационного (на четыре позиции) и символического (на две позиции) ресурсов. По оценкам «выгодности сотрудничества» (финансовый ресурс) ВЦИОМ опустился в рейтинге на одну позицию. Также заметно поднялись в «рейтинге 25» «Астон Консалтинг» (с 18 на 13 позицию) и МАСМИ (с 21 на 17 позицию).
3. Наиболее значительное снижение рейтинговой позиции наблюдается у «ТНС Россия» (опустился с 8 на 12 позицию). Падение произошло в первую очередь за счет снижения оценок по финансовому (на пять позиций) и организационному (на две позиции) ресурсам.
4. Также практически неизменной оказалась нижняя часть рейтингового списка. Наиболее критично оценивается региональными подрядчиками сотрудничество с компаниями «Бизнес-Аналитика», РОМИР и «Башкирова и партнеры» (следует отметить, что по показателю «комфортность взаимодействия» компания «Башкирова

и партнеры» опустилась в рейтинге на пять позиций по сравнению с 2016 г.).

Обобщая представленные результаты, можно сделать вывод о том, что за два года, прошедших после завершения предыдущей волны проекта «РИК», значительных изменений в восприятии региональными компаниями своих заказчиков на проведение полевых работ не произошло. С одной стороны, это свидетельствует о валидности и робастности методики, с другой стороны — снижает интерес к результатам для потребителя. На очередном Съезде Ассоциации «Группа 7/89» в мае 2018 г. будет обсуждаться вопрос о целесообразности и формате проведения очередной волны проекта «РИК» в 2019 г.

Список литературы

1. Звоновский В. Б. Основные результаты исследования «Рейтинг исследовательских компаний» // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2005. № 2. С. 11—20.
2. Звоновский В. Б. Основные результаты исследования «Рейтинг исследовательских компаний» // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2006. № 3. С. 25—38.
3. Токарев В. В. Профессиональный рейтинг исследовательских компаний России (РИК-2015). Основные результаты инициативного исследовательского проекта «Группы 7/89» [Электронный ресурс]. URL: http://789.ru/projects/rik/13375-rik-2015.html (дата обращения: 23.03.2018).
4. Токарев В. В. Проект «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» — новое в методике и результатах исследования // Материалы VI международной социологической Грушинской конференции «Жизнь исследования после исследования: как сделать результаты понятными и полезными», 16—17 марта 2016 г. М.: АО «ВЦИОМ», 2016. С. 762—767.

О. В. Филимонов

ПРЕДМЕТНОЕ ПОЛЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ПРАВООХРАНИТЕЛЬНОЙ СФЕРЕ: ПРОБЛЕМЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ И СОГЛАСИЕ ЗАКАЗЧИКА

ФИЛИМОНОВ Олег Викторович — доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры теории и методологии государственного управления, Академия управления МВД России, Москва, Россия.
E-MAIL: ofilimonov@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-3998-9333

Аннотация. В статье обосновывается необходимость интенсификации социологических исследований в правоохранительной сфере как пространстве удовлетворения одной из главных экзистенциальных потребностей людей — в общественном порядке (безопасности). Социологическое сопровождение деятельности правоохранительных органов представляется важным условием повышения их эффективности, особый акцент автор делает на актуальности исследования внутриорганизационных проблем и патологий.

Ключевые слова: социологические исследования, правоохранительная сфера, заказчик, социальная проблема

Представление о том, что социология должна активно участвовать в выявлении и разрешении социальных проблем, давно стало аксиоматичным. Однако использование социологических данных в процессе разрешения социальных проблем зависит не только от правильно подобранных методик и техник, но и от их «проблемности», значимости для той области, где эти результаты могут быть применимы. Изучение социальной реальности особенно актуализируется на современном этапе развития общества. Социальные противоречия как минимум не сглаживаются, они проявляются во всех сферах жизни — политической, экономической, духовной и др.

Эти исследования проводятся и в правоохранительной сфере общества как пространстве удовлетворения одной из главных экзистенциальных потребностей людей — в общественном порядке (безопасности). Правоохранительные органы (органы внутренних дел) вследствие необхо-

димости качественного выполнения возложенных на них функций должны быть заинтересованы в объективной информации о состоянии дел в этой области. Это касается как характеристики внешней по отношению к организации среды (распространенность девиантного (делинквентного) поведения, уровень правосознания граждан, отношение населения к полиции и пр.), так и описания внутренней среды организации (организационная культура, организационные патологии и т. д.). Невысокая информированность органов управления об этом, неравномерность получения и представления необходимой для принятия решений информации (в том числе и социологической) закономерно приводит к неэффективности работы органов внутренних дел.

О необходимости проведения социологических исследований проблем повышения эффективности взаимодействия полиции и общества говорилось неоднократно [Егорышева, 2014: 7]. Этому способствовало принятие в 2011 г. федерального закона «О полиции», который в качестве одного из основных принципов деятельности полиции назвал общественное доверие и поддержку граждан. Его реализация требует выработки способов обеспечения этой поддержки, изменения стиля взаимоотношений полиции и общества с доминантного на партнерский.

Изучение внешней среды вызывает меньшую озабоченность. Рост количества социологических исследований отношения населения к работе полиции показывает заинтересованность последней в оценке эффективности своей деятельности. Более того, эти исследования имеют обязательный характер — так, в законе «О полиции» изложено требование, что полиция должна проводить постоянный мониторинг общественного мнения о своей деятельности (который является одним из основных критериев ее официальной оценки), а также мониторинг взаимодействия с институтами гражданского общества.

С исследованием внутриорганизационных проблем дела обстоят не так хорошо. Органам внутренних дел еще далеко до оптимального состояния: негативные процессы 90-х гг. XX в. — начала нового тысячелетия не обошли стороной и правоохранительные структуры. Однако негласные правила корпоративной солидарности, присущие любым — как государственным, так и частным — структурам, сдерживали негативную информацию внутри. Наружу выплескивались лишь одиозные факты (например, расстрел майором милиции Евсюковым граждан в магазине или пытки над задержанным, приведшим к его смерти, в ОВД «Дальний»). Конечно, они потрясли не только общество, но и саму милицию (ныне

полиция). Однако исследований, направленных на выявление причин подобных действий, не последовало, то есть диагноз поставлен не был, «лечение» не назначено.

Другой организационной патологией является коррупция. Она пронизывает не только государственную гражданскую службу, но и присутствует в тех органах, которые по своим функциям обязаны ей противодействовать. Периодические антикоррупционные акции явно не способствуют появлению релевантной информации о реальном распространении этого социопаталогического явления. Как отметили ведомственные исследователи этого явления, «…преступность подавляет сопротивление полиции другим современным и более надежным оружием, имя которому коррупция» [Горшенков, Горшенков, 2012: 60]. Однако исследований в этой сфере не наблюдается.

Получение же заказа на социологическое исследование вышеуказанных тем является определенной проблемой. Он выдается либо по достаточно изученным темам [напр.: Передня, 2016], либо не выдается вообще. К сожалению, сегодня ведомственные социологи стараются избегать изучения социально-проблемных тем внутри своей организации, и тому есть причины. На их памяти еще жива история преподавателя Тюменского юридического института МВД России И. Грошева, который провел анкетный опрос курсантов по поводу наличия и распространенности коррупционных проявлений в вузе. Тюменский суд на основании обращения руководства вуза вынес решение, обязав исследователя опровергнуть результаты социологического исследования [Грошев, 2008; Меньшиков, 2009]. Стране же для «изучения причин… системного кризиса, в который все глубже погружается страна… требуются социологи, ставящие диагноз» [Симонян, 2015: 50].

Несмотря на это, проблема создания системы социологических исследований именно внутриорганизационных патологий, позволяющих объективно и беспристрастно оценить состояние дел, на наш взгляд, назрела. Необходимо отказаться от такого пагубного явления, как псевдокорпоративная солидарность, на деле являющейся ничем иным как попыткой скрыть имеющиеся проблемы. Но следует понимать, что на современном уровне распространенности информационно-коммуникативных технологий все тайное быстро становится достоянием не только заинтересованных лиц, но и широкого круга людей. Информация в социальных сетях, мессенджерах и на других коммуникативных площадках активно

обсуждается и, конечно же, не способствует повышению имиджа органов внутренних дел (полиции).

Другой проблемой является реализация подобного заказа. Его исполнителями становятся, как правило, действующие сотрудники органов внутренних дел. Естественно, они связаны ложно понимаемыми нормами профессиональной этики государственного служащего вообще и корпоративной солидарности сотрудника полиции, в частности. Для руководителя органа внутренних дел ценной может быть только та информация, которую он осознает таковой для своей деятельности. Социологические исследования предоставляют, как правило, информацию о проблемах, которые руководитель предпочел бы не видеть. Это либо аспекты взаимоотношений с внешней средой (институтами гражданского общества), либо внутриорганизационные патологии.

Как отмечают ученые, проблема получения заказа состоит в «…рассогласовании, противоречии между логикой социологического исследования и тех практик, которые сложились на рынке исследований для заказчика, а подчас и в подмене исследовательской логики административно-управленческой» [Макушева, 2015: 50]. Заказчику порой сложно сформулировать проблему, исследование которой он хотел бы заказать, а поставленные предварительные вопросы являются, как правило, набором неконкретизированных характеристик, не учитывающих знания о них респондентов. Например, желание получить данные об эффективности правоохранительной деятельности полиции не учитывает неспособность граждан провести границу между компетенциями органов внутренних дел и других правоохранительных структур.

Таким образом, налицо выявленное противоречие между желанием общества получать объективную и публичную информацию о состоянии дел в правоохранительной структуре, призванной удовлетворять потребности граждан в общественном порядке (безопасности), и желанием организации не выдать эту тайну (являющуюся, по сути, секретом Полишинеля). Руководителям органов внутренних дел целесообразно запустить процесс целеориентирования социологических исследований на внутриорганизационное социальное диагностирование. Ведомственные социологи должны активнее включаться в процесс выстраивания более гармоничных партнерских отношений полиции с гражданским обществом, что будет способствовать построению более справедливого мира в XXI в.

Список литературы

1. Горшенков А. Г., Горшенков Г. Н. Антикоррупционная безопасность полицейского // Юридическая наука и практика : Вестник Нижегородской академии МВД России. 2012. № 20. С. 60—64.
2. Грошев И. Л. Истоки и причины коррупции в правоохранительных органах России // Следователь. 2008. № 1. С. 2—7.
3. Егорышева Н. В. Методологические основы политолого-социологического исследования проблем взаимодействия полиции с гражданским обществом и населением // Социум и власть. 2014. № 3 (47). С. 7—13.
4. Макушева М. О. Реализация исследований на заказ: о проблеме противоречия между логикой социологического исследования и сложившихся практик их проведения // Телескоп: журнал социологических и маркетинговых исследований. 2015. № 2 (110). С. 50—52.
5. Меньшиков А. Неудобный опрос. Впервые в России суд потребовал опровергнуть результаты социсследования // Российская газета (федеральный выпуск). 14.08.2009. URL: https://rg.ru/2009/08/14/socissledovanie.html (дата обращения: 27.02.2018).
6. Передня Д. Г. Самоимидж и воспринимаемый имидж полиции России // Социологические исследования. 2016. № 1 (381). С. 152—157.
7. Симонян Р. Х. Общество без социологии или социологи без общества // Социологические исследования. 2015. № 12. С. 41—51.

Д. Г. Передня

ВЕДОМСТВЕННАЯ СПЕЦИФИКА ИССЛЕДОВАНИЙ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИЦИИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ТРАДИЦИОННЫХ МЕТОДИК

ПЕРЕДНЯ Дмитрий Григорьевич — кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры теории и методологии государственного управления, Академия управления МВД России, Москва, Россия.
E-MAIL: 2975829@mail.ru

Аннотация. В статье изложено предположение о наличии системной взаимосвязи между производителями социологической информации, то есть исследователями, заказчиками исследований и общественностью как потребителем исследовательского продукта. Наилучший вариант развития эмпирической социологии возможен при отсутствии существенного разрыва между этими тремя субъектами. Рассмотрена современная практика изучения общественного мнения о деятельности российской полиции с использованием в том числе сотрудников органов внутренних дел как полноценных участников исследования. Анализируется качество таких исследований, его зависимость от адаптации традиционных исследовательских подходов к специфике тех, кто выступает в роли исследователей. Раскрыта специфика сознания индивидов с юридическим образованием и опытом трудовой деятельности в правоохранительной системе. Показано соотношение традиционных и передовых методов сбора эмпирических данных в ходе мониторинга общественного сознания. Отмечается востребованность апробированных методик и важность социологической подготовки исследователей, не занимающихся социологией профессионально.

Ключевые слова: общественное мнение, деятельность полиции, мониторинг, традиционные методики

Необходимость развития социологии в целом и эмпирической социологии в частности обусловлена тремя соображениями. Во-первых, для того что бы были специальным образом подготовленные кадры, способные проводить социологические исследования на высокопрофессиональном уровне. При этом исследования должны проводиться

в соответствии с нуждами практики, с учетом отраслевой специфики социологического знания и с использованием современных методов, техник, приемов. Во-вторых, чтобы заказчиками исследований были подготовленные люди с реалистичными ожиданиями относительно возможностей социологической науки, адекватно представляющие себе методику, организацию исследовательских действий, умеющие грамотно сформулировать задачи как прикладного, так и теоретического характера. Кроме того, способные впоследствии применить полученные знания на практике. В-третьих, качество результатов (качество социологического продукта) будет повышаться, если потребители социологической информации, а к ним относятся широкие слои общественности, будут иметь необходимый уровень социологической подготовки, понимать природу социологических данных, их вероятностный характер, знать основные параметры качества эмпирических исследований.

На наш взгляд, лучше всего, если не будет отставания по всем перечисленным направлениям. Прежде всего, ввиду системного свойства всей социальности, когда изменения в одном элементе приводят к изменениям во всех других элементах системы. Неподготовленный заказчик исследования или общественность не способная обращаться к социологическим данным и использовать их, снижают качество работы исследователей, демотивируют их в теоретическом, методическом, организационном, этическом планах. И наоборот, востребованность качественных исследований с использованием современных возможностей как со стороны заказчиков, так и со стороны остальных потребителей результатов исследований способствует росту профессионализма социологов, развивает социологическое знание.

Для повышения конкретности и прикладной направленности статьи раскроем вышеизложенные тезисы применительно к современным реалиям исследовательских практик изучения общественного мнения в органах внутренних дел России (ОВД). Первичный импульс в изучении общественного мнения о деятельности полиции придал Федеральный закон «О полиции». В соответствии со статьей 9 Закона, одним из основных критериев официальной оценки деятельности полиции является общественное мнение.

С 2011 г., с момента преобразования милиции в полицию, и до 2015 г. мониторинг общественного мнения о деятельности ОВД осуществлялся на основе вневедомственных источников информации. В тот период

вневедомственный характер мониторинга обеспечивался за счет привлечения на конкурсной основе независимых социологических центров. Они собирали социологическую информацию в каждом субъекте Российской Федерации. В разные годы этим занимались ФОМ, ВЦИОМ, РГСУ. С 2016 г. в рамках межведомственного взаимодействия опросные данные, характеризующие деятельность полиции по основным показателям, обеспечивает ФСО России.

Приказ МВД России «Об организации постоянного мониторинга общественного мнения о деятельности полиции» от 1 декабря 2016 г. № 777 принципиально изменил порядок организации проведения изучения мнения граждан о работе полиции. Для получения социологической информации, отражающей мнение населения о работе полиции нужно собрать такую информацию, которая бы отразила многогранное отношение людей к деятельности полиции, ощущение их безопасности, установки на сотрудничество. При этом полученная информация должна помочь выяснить комплекс объективных и субъективных факторов, под воздействием которых оно формируется.

В соответствии с новым порядком мониторинга общественного мнения, в территориальных органах МВД России на районном уровне участвуют сотрудники структурных подразделений ОВД. По результатам опросов ФСО России ими проводятся исследования в отдельных субъектах России для детализации результатов опроса, выявления и анализа факторов, влияющих на формирование оценки населением деятельности полиции, эффективности ее работы. Кроме обязательных разрешается проведение инициативных социологических исследований.

В инструкции об организации мониторинга заложена традиционная методика реализации исследования, осуществлять которую может практически любой сотрудник, который оказался включенным в рабочую группу. Созданные рабочие группы отвечают за сбор, обработку и хранение результатов изучения мнения населения о деятельности полиции.

Задумаемся, что собой представляют сотрудники ОВД, которым приказано выполнить сугубо социологическую работу? Это люди в подавляющем большинстве с юридическим образованием или как минимум с первичной правоохранительной подготовкой. Качество исследования основывается на понимании социальности, из которой проистекает адекватное восприятие и стремление соблюсти структуру выборки, технику опроса, желание минимизировать эффект интервьюера, в принципе понимание сущности общественного мнения, его характеристик и свойств.

Статья С. А. Иванова посвящена использованию отдельных социологических методов в юридических исследованиях и проблеме достоверности, из ее содержания становится понятен уровень освоения социологического метода юристами [Иванов, 2017: 36]. В сознании человека с юридической подготовкой и опытом работы в правоохранительной системе, как правило, преобладают: «самоограничение» рамками действующего законодательства; злоупотребление логическими категориями; оторванность от всего, кроме формы права; стремление удержать во что бы то ни стало то, что существует, как бы это существующее ни дисгармонировало с новыми отношениями и запросами жизни [Гамбаров, 2003: 20]. И это в лучшем случае, в худшем могут встречаться циничные умонастроения с элементами волюнтаризма («не важно — какое общественное мнение?..»).

На примере профессиональной группы сотрудников ОВД, их объективной включенности в социологические исследовательские практики мы видим необходимость их первичной социологической подготовки. Предполагаемая подготовка не может начинаться с изучения новых методов исследований, основанных на сборе, интеграции и анализе Big Data; опросов в Google и Facebook. Принципиально невозможно научить умножению того, кто не освоил сложение. Только движение от известного к неизвестному не допустит разрыва между исследователями, заказчиками и общественностью. Когда применительно к России Б. Грушин, Б. Докторов, Ю. Левада [Докторов, 2017] и другие ученые осваивали и применяли методологию исследований массовой информации, большинство людей не представляли себе социологию и ее практические результаты. Теперь ситуация изменилась, многие успели побывать в роли респондентов, знакомились с социологическими данными, представляют себе методику получения первичных данных. Уже новые исследователи разрабатывают и применяют новые методы и исследовательские подходы. Они в современных условиях образуют передовое меньшинство. При этом использование традиционных методик сохраняется. В некоторых случаях, как, например, в системе МВД России, используется «конвейерный» способ производства информации о мнениях людей. Важно всеми способами поддерживать достигнутый уровень практического применения опросных методик.

Сохранение, развитие и распространение информации о традиционных методиках является, с одной стороны, основой для появления новых методик, с другой — освоение старых методов исследования приводит к формированию благоприятной когнитивной среды, когда знакомство

с эмпирической социологией характерно для широких слоев общественности, она понимает ее, нуждается в ней, заинтересована в ее развитии. Другими словами, стремясь к новым возможностям, следует не отбрасывать, а сохранять старые исследовательские подходы, обеспечивая их применение более широкими социальными кругами. Пусть лидеры пробуют новые методы, углубляют свои знания, специализируются, в это время заинтересованные в информации об общественном мнении профессиональные группы практикуют старые методики, тем самым минимизируя разрыв между исследователями, заказчиками исследований и общественностью.

Список литературы

1. Гамбаров Ю. С. Гражданское право. Общая часть. М., 2003.
2. Докторов Б. З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллапа до Грушина. М., 2017.
3. Иванов С. А. Использование отдельных социологических методов в юридических исследованиях: проблема достоверности // Вестник Московского университета МВД России 2017. № 3. С. 36—38.

А. В. Халявкин

СОЦИОЛОГ КАК КОНСТРУКТОР БУДУЩЕГО ОБЩЕСТВА ДОЛГОВЕЧНЫХ ЛЮДЕЙ

ХАЛЯВКИН Александр Викторович — кандидат биологических наук, старший научный сотрудник, Институт биохимической физики РАН, Москва, Россия; Федеральный исследовательский центр «Информатика и управление» Российской Академии Наук (ФИЦ ИУ РАН), Москва, Россия.
E-MAIL: antisenesc@mail.ru

Аннотация. Рассмотрена роль социологов как «социальных инженеров», способных конструировать будущее общество долговечных людей. Для того чтобы разрабатывать оптимальные параметры подобного общества недалекого будущего с минимизацией возможных негативных последствий, социологи должны обладать определенными профессиональными качествами, навыками и способностями для постановки и решения задач, с учетом выявленного, но еще нереализованного огромного биологического потенциала человека. Они должны быть уже не социологами 2.0, а социологами, скорее, версии 3.0. То есть исследователями совершенно нового поколения, способными свободно ориентироваться во многих смежных науках для компетентных ответов на этот и другие вызовы современности и ближайшего будущего. Поэтому возникает необходимость в подобного рода «социальных инженерах-конструкторах», предназначенных для переформатирования общества и его всесторонней готовности к реализации потенциальной возможности активного сверхдолголетия. Такая реализация, привлекательная для многих, нежелательна до предвидения и всестороннего анализа социальных последствий. Потому что инфраструктура и механизмы функционирования современных обществ не рассчитаны на подобную перспективу. Человечество как вид и так десятикратно перебрало квоту своей численности, оптимальной для устойчивости биосферы. В размышления о контурах будущего, которого пока нет, уже сегодня можно внести один из параметров человека будущего — его долговечность.

Ключевые слова: социальная инженерия, активное долголетие, общество будущего, гуманитарные риски

Причина, побудившая геронтолога выступить на социологической конференции, связана с тем, что в биогеронтологии, науке о причинах и механизмах старения, которой занимаюсь не одно десятилетие (напр. [Халявкин, 1983; Khalyavkin, Krut'ko, 2018] и ряд публикаций [1]), появились весомые предпосылки к значительному росту сроков жизни [Ayyadevara et al. 2008], к реализации полного контроля над старением и даже к его обратимости [Rando, Chang, 2008]. Это может резко увеличить продолжительность активного периода жизни.

Практическая значимость данного направления заключается в обосновании реальной возможности снизить (за счет контроля над старением) запредельно высокую и продолжающую расти долю нетрудоспособной части населения, которая угрожает социально-экономической устойчивости общества. Реализуемость открывающейся перспективы невозможна без активного участия «социальных инженеров» в конструировании именно такого общества будущего, о некоторых параметрах которого пойдет речь.

Как эксперту мне отчетливо ясно, что практическое осуществление такой перспективы нежелательно до предварительной подготовки общества (инфраструктурной, социальной, экономической, политической, психологической и т. п.) к переходу на новый уровень своего существования. Поэтому крайне желательно, чтобы некоторые социологи смогли бы заинтересоваться проблемой социального конструирования параметров гармоничного общества, состоящего из здоровых долгоживущих индивидуумов. Но для этого они должны ознакомиться с геронтологическими предпосылками запроса на такой социальный заказ.

В настоящее время в биогеронтологии, науке о причинах и механизмах старения, достигнуты определенные успехи, позволяющие надеяться на возможность полного контроля над старением в самом ближайшем будущем. Это может привести к значительному увеличению продолжительности активного периода жизни, существенному росту населения и возникновению целого ряда различного рода последствий, из-за неготовности к которым могут возникать серьезные проблемы. Например, перенаселенность, безработица, острая необходимость в существенном увеличении пенсионного возраста и т. д. А пути предупреждения этих проблем и смягчения их последствий надо искать заранее, не дожидаясь наступления кризисных явлений, какие возникли, например, с ки-

[1] См. www.researchgate.net/profile/Alexander_Khalyavkin.

берпреступностью, соматическим клонированием, неконтролируемой автомобилизацией (на которую не рассчитаны инфраструктуры городов) и т. п. Роль геронтолога состоит в демонстрации биологических возможностей человека и лабораторных животных и в последующем запросе на построение проекта общества будущего, в которое органично впишется *Homo ageless* (Хомо агелесс) — *Человек нестареющий*. Геронтологи могут описать основные параметры этого человека и подсказать пути решения некоторых проблем. Например, проблемы пенсионного кризиса [Халявкин, 2016; Khalyavkin, 2017]. А роль социологов как социальных инженеров-конструкторов заключается в разработке оптимальных параметров общества недалекого будущего — с минимизацией возможных негативных последствий. Конечно, в сотрудничестве с экономистами, политиками, психологами, юристами, демографами, философами и др.

По мнению Питера Бергера, социолог все больше становится похожим на разведчика. В этой аналогии социолог 2.0 является представителем фронтовой разведки, только вместо описания будущего театра военных действий, лежащего непосредственно за линией фронта, он пытается дать представление о ближайшем будущем. В то же время социолог 1.0 детализирует настоящее («сущее»), а социолог 3.0, заглядывая далеко за горизонт, пытается увидеть «должное» и даже его сконструировать. Он пытается построить оптимальный маршрут от непростого настоящего к желаемому будущему. Поэтому радикальная реновация профессии социолога характеризуют не только обновление его методологической базы и увеличение спектра приложений профессиональных усилий по отслеживанию ключевых трендов развития общества, но также и экстраполяция этих тенденций и их активное конструирование. В том числе с учетом открывающихся перспектив резкого увеличения активной продолжительности жизни, которые обосновывает современная наука.

Пока же человечество продолжает пребывать в экзистенциальном тупике системного кризиса из-за узости мышления некоторых ключевых игроков, хотя еще в 1940-х гг. Питирим Сорокин, констатируя глобальный кризис, в котором пребывает современное общество, обнародовал свой план спасения человечества [Sorokin, 1941; Халявкин, 2017]. Такой визионер, как Питирим Сорокин, не мог не предвидеть, как будет развиваться социально-политическая мысль в будущие десятилетия [Sorokin, 1948]. Его основная концепция как социолога — это идея интегрализма. Согласно данной концепции, социологическое сопровождение развития человечества должно заключаться в построении обобщающей теории

каркаса и функционирования всего спектра реальных социокультурных систем, которые постепенно смогут конвергироваться в некий интегральный социокультурный контент. Поэтому будущая социология должна стремиться включить в себя все гуманитарное знание своего времени, представляя собой единую гармоничную систему. На исходе жизненного пути Питирим Сорокин поставил задачу и обрисовал перспективы объединения в рамках такой системы не только гуманитарного, но и естественнонаучного знания. Это возвращает нас к одному из основателей социологии Огюсту Конту, который тоже расширительно толковал социологию как своеобразную всеобщую над-науку. Некоторые современные авторы (напр., [Морозов, 2013]) также заняты проблемой совместимости различных социальных систем.

В заключение еще раз подчеркну — есть все предпосылки для понимания того, что при определенных условиях человек может сохранять физическую и умственную активность неопределенно долго, что делает ожидаемую продолжительность жизни неограниченной, хотя и конечной. Но на это инфраструктура и механизмы функционирования современных обществ не рассчитаны — человечество как вид и так десятикратно перебрало квоту своей численности, оптимальной для устойчивости биосферы. В рассуждениях о контурах будущего, которого еще нет, пока отсутствует один из параметров человека будущего — его потенциальная долговечность. Этот параметр необходимо учитывать социологам 3.0 при проектировании оптимальных сценариев общества будущего.

Список литературы

1. Морозов В. М. Совместимость социально-экономических систем. Основы теории совместимости. М. : Экономика, 2013.
2. Халявкин А. В. Включение интегрализма Питирима Сорокина в программу социологического образования для лучшей готовности выпускников к поискам ответов на глобальные вызовы XXI века // XI Международная научная конференция «Сорокинские чтения». Университет в глобальном мире: новый статус и миссия. М. : МАКС Пресс, 2017. С. 540—541.
3. Халявкин А. В. Об одном подходе к контролю продолжительности жизни // Проблемы биологии старения. М. : Наука, 1983, с. 49—55.
4. Халявкин А. В. Пути разрешения пенсионного кризиса — взгляд геронтолога // Материалы VI международной социологической Грушинской конференции «Жизнь исследования после исследования: как сделать

результаты понятными и полезными», 16—17 марта 2016 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. М. : АО «ВЦИОМ», 2016. С. 1132—1134.
5. Ayyadevara S., Allen R., Thaden J. J., Shmookler-Reis R. J. Remarkable longevity and stress resistance of nematode PI3K-null mutants. *Aging Cell*. 2008. 7 (1): 13—22.
6. Khalyavkin A. Solutions to the pension crisis — the view of a gerontologist. *Conference «Demography, Ageing and Health»*, 25—28 Sep 2017, Oxford, UK. P. 6—7.
7. Khalyavkin A. V., Krut'ko V. N. How regularities of mortality statistics explain why we age despite having ageless somatic stem cells. *Biogerontology*. 2018. 19 (1): 101—108.
8. Rando TA., Chang H. Y. Aging, rejuvenation, and epigenetic reprogramming: resetting the aging clock. *Cell*. 2012. 148 (1—2): 46—57.
9. Sorokin P. A. The Crisis of Our Age New York : Dutton, 1941.
10. Sorokin P. A. The Reconstruction of Humanity. Boston : Beacon Press, 1948.

С. В. Назаренко

ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ СОЦИОЛОГА-ИССЛЕДОВАТЕЛЯ «ПОСТГЭЛЛАПОВСКОЙ» ЭПОХИ

НАЗАРЕНКО Сергей Владимирович — кандидат социологических наук, доцент Департамента социологии, истории и философии, кафедры философии и социологии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия.
E-MAIL: SVNazarenko@fa.ru
ORCID: 0000-0002-6864-1416

Аннотация. Наступил новый виток научного развития социологии. Доминирующее в эпоху классики, социологическое объяснение социальных (институциональных и стратификационных) структур общества сменялось в эпоху модернизма социологическим пониманием социального поведения людей. На смену количественной пришла качественная социология. Эпоха постмодернизма с социологическим описанием человека в обществе и общества в человеке завершается, но наступает новая эра — «постгэллаповская», приоритетом которой является общественный запрос на достоверность потребляемой информации. Современное российское общество «потребляет» большое количество результатов исследований. Одновременно с ростом их числа, палитры изучаемых противоречий и проблем усиливается тренд общественного недоверия к ним. «Кто познается?» и «кто познает?» — ответы на эти два вопроса находятся во все более набирающем силу тренде смещения приоритетов от субъективизма к объективизму, от субъективных мнений к объективным большим эмпирическим данным и статистическим сведениям о человеческом капитале, качестве и уровне жизни и т. п. В связи с этим изменяются общественные ожидания и требования, предъявляемые к современному социологу-исследователю. Определение противоречия и проблемы, объекта и предмета, цели и задач, гипотез и выборки, теоретической интерпретации и операционализации понятий, выводов и рекомендаций исследования — это необходимое, но недостаточное условие. Интеллектуальный и социальный капитал современных социологов все более выступает фактором доверия к результатам мультидисциплинарных и полифункциональных социологических исследований, которые как инструмент они не только измеряют, но и формируют общественное мнение.

Ключевые слова: интеллектуальный капитал, социальный капитал, доверие, социальный контроль, социолог

Классическая эпоха изучения общественного мнения — эпоха Дж. Гэллапа (1901—1984 гг.) — начала эволюционировать под влиянием цифровой и мобильной революции. С конца 1980-х гг., когда появились первые в мире интернет-провайдеры, берет свое начало современная эпоха. Следует признать, что традиции американского института общественного мнения — Института Гэллапа, основанного в 1935 г., как законодателя моды на организацию опросов населения по социологическому изучению отношения граждан к государственной политике и политикам страны, содержательно мало изменились, но технологически трансформировались радикально [Докторов, 2005]. Немалую роль в этом сыграла интернетизация информационного обмена разного рода взаимодействующих социальных субъектов.

На смену традиционным «позитивистским» методикам и техникам социологических исследований «лицом к лицу» приходят инновационные. Их отличают оперативность (время) и масштабность (пространство), комплексность (качество) и непрерывность (количество), экономичность (оптимизация усилий, ресурсов) и социальность (ориентация на заблаговременное налаживание конструктивного диалога власти и населения в своевременном разрешении актуализировавшихся противоречий и проблем). В свою очередь, это предъявляет принципиально и качественно новые требования к профессиональным компетенциям современного социолога-исследователя, который обязан не только креативно мыслить, но и быть квалифицированным специалистом в сфере интеллектуализации и коммуникации, социального управления и контроля, предвидения и прогнозирования, моделирования и программирования, а также в области презентации и визуализации результатов своей деятельности.

Процессы демократизации общественной жизни, смещение приоритетов с социоцентричной (системоцентричной) к персоноцентричной модели управления минимизирующего состояние организационного запаздывания и максимизирующего опережающее развитие личности, социальных групп и общностей, их качества и уровня жизни, все более востребуют от социолога наличие высокого уровня интеллектуального и социального капитала. Это включает: а) умение профессионально объяснить противоречия и проблемы взаимодействий на уровне общества,

а также понять социальное поведение людей в контексте ситуационных вызовов в условиях высокой степени неопределенности и типичных, но индивидуальных ответов на них; б) безапелляционную морально-этическую и морально-нравственную ориентацию на реализацию общественного признания миссии социолога.

Как никогда в сложившихся международных и внутриполитических условиях российских реалий труд отечественного социолога востребован как корректный, конструктивно-деятельностный. Более того, демократический транзит в России, включающий переход к демократии (середина 1980-х — конец 1990-х) и утверждение демократии (начало 2000-х — настоящее время), раскрывает новые возможности института выборов, основанных на свободе выдвижения кандидатур, свободе избрания, свободе голосования. Посредством института всеобщих выборов все более реализуются политические права россиян на формирование органов власти — от органов местного самоуправления до президента страны. При этом через волеизъявление граждан осуществляются смена правящей элиты, легитимация и стабилизация государственной власти.

Прошедшие 18 марта 2018 г. выборы президента РФ свидетельствует о высоком уровне не только гражданской активности, но и гражданской дисциплинированности населения страны. Из 109008 428 граждан, включенных в список избирателей, более чем 2/3 приняли участие в голосовании — 73578 992 (67,5 %), а за кандидата-победителя В. В. Путина проголосовали 56430 712 (76,69 %), что составляет 51,76 % (за других кандидатов — 15,73 %) от общего числа избирателей России [Результаты выборов…, 2018]. Это показатель: во-первых, достижения россиянами относительно максимального гражданского порядка и согласия в обществе; во-вторых, эффективности социологического сопровождения государственного и муниципального управления в рамках деятельности федеральных, региональных и муниципальных органов власти по социально-экономическому развитию страны, повышению качества и уровня жизни россиян.

Оперативная, репрезентативная и достоверная социологическая информация становится все более востребованной как органами власти, так и российским обществом. Современный социолог как производитель информации, предлагая ее потребителю, не имеет права на ошибку. Цена ошибки может быть высока. Спиралевидный характер прогрессивного развития страны, с присущими ему подъемами и спадами, тому подтверждение. Наглядно это может быть продемонстрировано на результатах

анализа руководителей страны как ответе на вызовы населения за последние 100 лет.

Управленческая решетка Блейка-Моутона (посредством методики «логического квадрата» сопряжения двух показателей двух критериев: ось X — гуманизм; ось Y — рационализм) предполагает следующие основные типы руководителя: 1) стабилизатор — незначительно ориентирован на заботу о людях и низко ориентирован на дело; 2) либерал — значительно ориентирован на заботу о людях и низко ориентирован на дело; 3) диктатор — незначительно ориентирован на заботу о людях и высоко ориентирован на дело; 4) организатор — значительно ориентирован на заботу о людях и высоко ориентирован на дело (см. рис. 1).

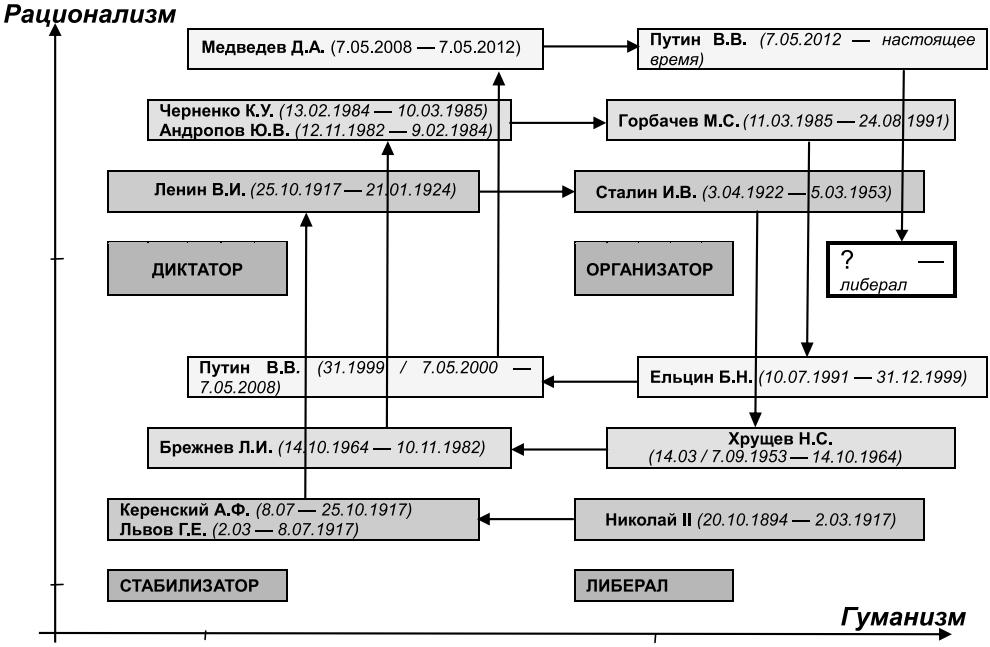


Рис. 1. «Эволюционная спираль» типов руководителей страны за последние 100 лет

За последние 100 лет (с момента революции 1917 г.) страной управляли руководителей разных типов. По своим организаторским, деловым и иным характеристикам каждый из них являлся ответом на вызовы, предъявляемые требования и ожидания народа. Однако их объединяет строгий порядок смены — по часовой стрелке, один тип руководителя сменял другого.

«Закон социально-исторического времени» — объективный закон, который изменить нельзя — так же, как и время не повернуть вспять.

В настоящее время маятник изменений (социальных настроений) в российском обществе, достигая максимально предельных значений социального порядка (ожиданий россиян), все более набирает силу в направлении дальнейшей либерализации общества. Его ожидают не «андроповские заморозки», а «хрущевская оттепель — 3.0». Результаты социологических исследований подтверждают данную гипотезу — почти каждый второй россиянин ожидает в ближайший год-два быстрых и позитивных изменений в улучшении качества и уровня своей жизни и жизни членов семьи [Галанина, 2018]. Эффективные реформы федеральных органов власти («верхов») минимизируют социальную напряженность, протестность, революционность в настроениях россиян («низов»), что позволяет осуществляться дальнейшей демократизации общества не стихийными («баррикадными»), а институциональными средствами.

Таким образом, в складывающихся условиях современный отечественный социолог — это посредник, которому доверяют как органы власти, так и граждане. Выданный кредит доверия является основой его интеллектуального и социального капитала, позволяющего в рамках социологического сопровождения общественной жизнедеятельности упреждающе предлагать меры и мероприятия конструктивного решения актуальных проблем. Научно-исследовательской деятельности социолога способствуют цифровизация и интернетизация как наиболее выраженные особенности «постгэллаповской» эпохи.

Список литературы

1. Докторов Б. З. Первопроходцы мира мнений: от Гэллапа до Грушина. М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2005.
2. Галанина А. Россияне в ожидании перемен (пресс-выпуск) [Электронный ресурс] // Известия. URL: https://iz.ru/727026/angelina-galanina/rossiiane-v-ozhidanii-peremen (дата обращения: 05.04.2018).
3. Результаты выборов Президента Российской Федерации: официальный сайт Центральной избирательной комиссии Российской Федерации [Электронный ресурс]. URL: http://www.cikrf.ru/analog/prezidentskiye-vybory-2018/itogi-golosovaniya/ (дата обращения: 05.04.2018).

Цветущее многообразие методов

Д. В. Руденкин

«ЛАЙК» И «РЕПОСТ» КАК ИНСТРУМЕНТЫ ЭМПИРИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ: ЧТО ДАЕТ РАСПРОСТРАНЕНИЕ ССЫЛКИ НА АНКЕТУ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ?

РУДЕНКИН Дмитрий Васильевич — кандидат социологических наук, доцент кафедры интегрированных маркетинговых коммуникаций и брендинга, Уральский федеральный университет, Екатеринбург, Россия.
E-MAIL: d.v.rudenkin@urfu.ru
ORCID: 0000-0001-8860-165X

Аннотация. Работа посвящена анализу перспектив, которые открыва.т перед эмпирической социологией цифровизация общества и развитие социальных сетей. Умозрительные дискуссии о перспективах использования социальных сетей для организации опросов подвергнуты эмпирической верификации. На основе собственного методического исследования автор прослеживает, кто и почему заполняет анкету после того, как ссылка на нее размещена в социальной сети. Исследование показало, что анкета привлекает внимание лишь крайне малочисленного сегмента пользователей: опросный лист заполняет лишь 1—2 % от общего числа тех, кто потенциально мог его увидеть. Более того, эффект от распространения анкет в социальной сети краткосрочный, основной массив данных приходит в первые двое суток. В совокупности эти тенденции показывают, что распространение анкеты через социальные сети — слишком рискованный исследовательский шаг, последствия которого могут быть губительны для качества и надежности данных.

Ключевые слова: интернет, социальные сети, ВКонтакте, GoogleForms, анкета, выборка, поиск респондентов

Благодарность. Работа подготовлена в рамках выполнения гранта Российского фонда фундаментальных исследований (проект № 16-29-09512 «Интернет как инструмент формирования психологической готовности молодежи к экстремистскому поведению»).

Стремительная интернетизация российского общества, случившаяся в минувшие 10—12 лет, стала своего рода вызовом для социологической отрасли. Привычный многим социологам скепсис в отношении использования интернета для сбора эмпирической информации был объясним в тот момент, когда большинство россиян им не пользовались, а процесс сбора данных в виртуальном пространстве требовал продвинутых технических навыков. Но нынешняя ситуация — принципиально иная. Из диковинной и редкой новинки интернет превратился в естественный и привычный атрибут жизненного мира большинства россиян: по некоторым оценкам, уже в 2012—2013 гг. более половины населения страны пользовались им ежедневно [Волченко, 2016: 174], а в 2018 г. таких набиралось уже больше 60% [Жизнь в Интернете и без него, 2018]. Да и чисто технически сбор данных в интернете стал гораздо проще, чем прежде. Инструментарий существующих сейчас сервисов для анкетирования (например, GoogleForms) дает возможность относительно быстро создать анкету любой сложности даже без развитых технических знаний, а прогрессирующее число пользователей социальных сетей открывает широкие возможности по тиражированию такой анкеты и набору пользователей. Ситуация порождает исследовательский соблазн: технически становится возможным быстро создать интерактивный опросник, разместить ссылку на него в социальной сети и набрать нужное количество респондентов, избегая временных и финансовых издержек, характерных более традиционным формам опроса. В данной работе мы намерены обратиться к результатам конкретного эмпирического исследования, чтобы оценить состоятельность подобных исследовательских решений.

Одна из главных проблем набора респондентов через социальные сети заключается в неясности реализации выборки. Размещая ссылку на анкету в социальной сети, мы никогда доподлинно не знаем, кто именно отвечает на наши вопросы. Проблема возникает вовсе не потому, что эмпирическая социология безоружна в своем подходе к изучению социальных сетей. Вопрос о механизмах выборки, пригодных для организации опроса в интернете, подробно проработан и в зарубежной науке [Couper, 2000], и в российской [Мавлетова, 2010]. Существуют и особые техники для организации отбора респондентов — например, «выборка, направляемая респондентом» (Respondent-Driven Sampling) К. Вейнерта и В. Хекаторна [Wejnert, Heckatorn, 2008]. Проблема, однако, заключается в том, что существующие наработки в этой области опираются на допущение, что исследователь сохраняет хотя бы относительный

контроль над сбором данных и отбором респондентов. Но распространение анкеты через социальные сети имеет иную природу: исследователь может разместить анкету в социальной сети, но не может заранее точно знать, кто увидит эту анкету и кто ее заполнит. В свою очередь, оценка исследовательских перспектив тиражирования анкеты через социальную сеть требует понимания именно этих вопросов: важно знать, кто именно, как и почему заполняет анкету, увидев ссылку на нее в интернете.

Стремясь разобраться в соответствующей проблематике, в мае-июне 2017 г. мы реализовали собственное исследование, целью которого было проследить особенности жизненного цикла ссылки на электронную анкету после ее размещения в сообществах социальных сетей. Для проведения этого исследования была подготовлена специальная интерактивная анкета, выполненная на платформе GoogleForms. Ссылка на эту анкету была размещена в двух сообществах социальной сети «ВКонтакте» (именно эта сеть, как показывают недавние исследования, сейчас обладает наибольшей аудиторией пользователей [Пользование Интернетом, 2018]). В качестве тестовой базы были выбраны два студенческих сообщества: «Подслушано УрГПУ» и «Подслушано УрФУ» (акцент на студентах также был связан с многочисленностью и высокой активностью этой категории пользователей [Арушанов, 2014]). Снабдив анкету кратким описанием и просьбой распространить информацию о ней (сделать «репост»), мы разместили ссылку на нее в сообществах «ВКонтакте» и отслеживали дальнейшую судьбу анкеты. Содержательно большинство вопросов анкеты были посвящены особенностям использования интернета, поэтому мы получали возможность не только видеть количество поступающих ответов, но и отслеживать особенности сетевого поведения тех людей, которые их заполняли. Кроме того, мы уточняли у респондентов, как именно они узнали об анкете и почему решили ответить на ее вопросы. Инструментарий же самой платформы «GoogleForms» позволял отслеживать время и дату поступления анкет. Таким образом, разместив ссылку на анкету в социальной сети, мы получали возможность детально отслеживать, кто и как ее заполнял.

Весь период сбора данных занял ровно 1 месяц и суммарно в ходе исследования было получено 379 анкет. В итоге удалось проследить несколько тенденций.

Во-первых, абсолютное большинство пользователей проигнорировали ссылку на анкету. Совокупное число подписчиков сообществ «Подслушано УрФУ» и «Подслушано УрГПУ» на момент проведения исследования со-

ставляло 23823 человека: соответственно 6970 и 16853 человека. Заполнили анкету только 379 из них. Разумеется, надо принимать во внимание серию факторов погрешности: нет никаких оснований считать, будто все подписчики данных сообществ заходят в них регулярно, к тому же среди реальных подписчиков всегда могут присутствовать и фиктивные страницы (так называемые боты), которых вообще следует причислять к пользователям лишь с изрядной долей условности. Тем не менее, даже если сделать поправку на эти факторы, картина по итогам исследования предстает красноречивая: фактически анкета вызвала отклик лишь у 1—2 % тех людей, которые потенциально могли увидеть ссылку на нее, будучи подписчиками профильных сообществ.

Во-вторых, ссылка на анкету привлекла внимание не только узкого, но и весьма специфического сегмента пользователей. Суммарно две трети из тех, кто в итоге заполнил анкету, отметили, что не любят делать записи в социальных сетях (это видно на *рис. 1:* в сумме 68 % опрошенных отмечают, что не делают своих записей). Кроме того, большинство из тех, кто заполнил анкету, посещают социальные сети не для того, чтобы делать свои записи: с такой целью в эти сервисы заходят только 3,9 % из них. Показательно и то, что большинство (59,8 %) характеризуют себя как «не склонных к участию в дискуссиях с другими пользователями». Иными словами, чаще всего анкету заполняли люди, ориентированные скорее на потребление информационного контента, нежели на его создание. Возможность экстраполяции настроений таких людей на мнение других пользователей социальных сетей вызывает большие сомнения.

В-третьих, эффект от распространения анкеты в социальной сети краткосрочный. После того, как ссылка на анкету была размещена в сообществах, мы намеренно воздерживались от повторного привлечения к ней внимания и стремились проверить, насколько долго она сможет привлекать внимание новых респондентов. Итог оказался противоречивым. С одной стороны, новые анкеты в базе появлялись на протяжении всего месяца, в ходе которого шел сбор данных. С другой стороны, как видно на *рис. 2*, подавляющее большинство анкет поступило в базу в первые двое суток опроса, по истечении которых интенсивность появления новых ответов резко сократилась.

В-четвертых, тиражирование ссылки на анкету фактически замкнулось в узком пространстве самой социальной сети «ВКонтакте». Гипотетически мы допускали, что кто-то из пользователей, увидев ссылку в социальной сети, может распространить ее среди своих друзей разными способами:

например, может отправить по электронной почте или сообщением через мессенджер. Действительность эту гипотезу скорее опровергла: более 95 % из всех, кто заполнил анкету, отметили, что узнали о ней именно в сети «ВКонтакте» — сами увидели ссылку в сообществе или получили информацию о ней через личные сообщения.

Рис. 1. Оценка опрошенными своего стиля использования интернета (% отчисла ответивших)

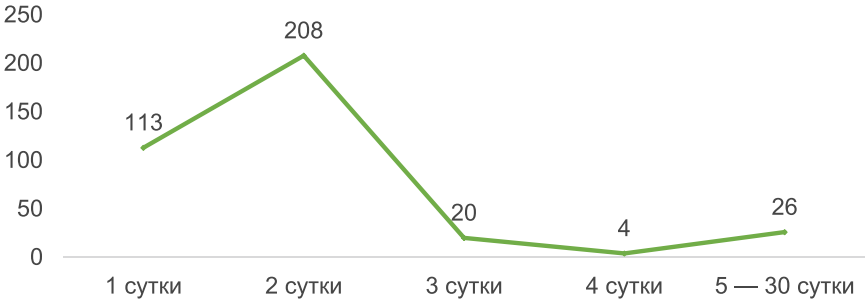


Рис. 2. Динамика поступления анкет входе исследования (количество поступивших анкет)

В целом проведенный анализ показал, что перспектива использования социальных сетей для тиражирования социологических анкет соблазни-

тельна, но очень рискованна. Социальная сеть — обманчиво удобный инструмент распространения анкет: она создает иллюзию, будто можно подготовить список нужных вопросов, опубликовать их перечень в посещаемом сообществе и ждать, пока респонденты придут и заполнят анкету сами. Однако реальные эффекты от такого распространения анкет весьма спорны. Анкета, размещенная в сообществах социальной сети, привлекает внимание лишь очень малочисленного и специфического по своим настроениям и привычкам сегмента пользователей, мнение которых едва ли подлежит корректной экстраполяции. Разумеется, выводы, которые были сделаны в данном исследовании, нуждаются в дополнении и уточнении на материалах других сообществ (не только студенческих) и других социальных сетей (например, «Facebook»). Тем не менее текущий результат вызывает скептическое отношение к перспективам использования социальных сетей для поиска респондентов. При всей соблазнительной простоте этого методического решения, оно предполагает риски, потенциально губительные для качества и надежности получаемых данных.

Список литературы

1. Арушанов Х. Р. Проникновение социальных сетей: факты и прогнозы // Презентация доклада на IV Международной социологической конференции «Продолжая Грушина», Москва, 27—28 февраля 2014 г. URL: http://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2014/s4/Arushanov.pdf (дата обращения: 02.04.2018).
2. Волченко О. В. Динамика цифрового неравенства в России // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 5. С. 174.
3. Жизнь в Интернете и без него. Инфографика ВЦИОМ. 04.04.2018. URL: https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/mass-media/internet/article/zhizn-v-internete-i-bez-nego.html (проверено 02.04.2018).
4. Мавлетова А. М. Социологические опросы в сети Интернет: возможности построения типологии // Социология 4М. 2010. № 31. С. 115—134.
5. Пользование Интернетом. Пресс-выпуск Левада-Центра от 18.01.2018. URL: https://www.levada.ru/2018/01/18/polzovanie-internetom/ (проверено 02.04.2018).
6. Couper M. Web Surveys: A Review of Issues and Approaches // Public Opinion Quarterly. 2000. Vol. 64. № 4. P. 464—494.
7. Wejnert C., Heckatorn D. Respondent-Driven Sampling for Online-Research. *Sociological Methods & Research*. 2008. Vol. 37. P. 105—134.

Д. А. Лобойко

НЕДОСТУПНЫЙ ИНФОРМАНТ В СОЦИОЛОГИЧЕСКОМ ИССЛЕДОВАНИИ ПОЛИТИЧЕСКОЙ И АДМИНИСТРАТИВНОЙ ЭЛИТЫ

ЛОБОЙКО Дмитрий Александрович — руководитель Центра «Региональные исследования», Самара, Россия.
E-MAIL: d.loboyko@gmail.com

Аннотация. В статье рассматривается потенциал качественной парадигмы для изучения таких сложных и закрытых сообществ, как политическая элита и правящий класс. Обозначаются преимущества качественного подхода перед количественным в изучении закрытых групп. Вносится терминологическая ясность в использовании понятий «респондент», «действующее лицо», «актор», «информант». Разбирается проблема отбора информантов в качественном исследовании политической и административной элиты. На основе отечественных и зарубежных источников и исследовательского опыта автора рассматриваются возможности применения различных подходов к отбору информантов: с помощью количественных данных, определения характера лидерских позиций, этнографического и многоступенчатого отбора. Выделяется возможность и важность для исследования выстраивания личных отношений с информантами, относящихся к категории недоступных.

Ключевые слова: отбор информантов, политическая элита, административная элита, качественные исследования

Кризис доверия, переживаемый сегодня российской опросной социологией, затрагивающий в первую очередь количественные исследования, доступные широкой общественности в виде рейтингов политиков и партий, автоматически переносится на исследования, проводимые в качественной парадигме. Кажется, все надежды социальных исследователей связаны с Big Data, где гигантские массивы обезличенной информации должны предоставить социологам неограниченные возможности для анализа поведения людей, их предпочтений, мнений и даже практик. Однако, на наш взгляд, рано играть заупокойную мессу качественным методам, поскольку, несмотря на скептицизм многих практиков и моду на класси-

ческий (количественный) подход в современной западной социологии, есть немало социальных групп, изучение которых недоступно ни опросной социологии, ни анализу Big Data. Речь идет о разного рода закрытых, преимущественно маргинальных сообществах, а также об элитных группах, для которых используют описательные термины: политическая элита, административная элита, правящий класс, номенклатура и т. п.

Главным недостатком знания, которое рождается в результате исследований, проведенных в качественной парадигме, является интерпретативный, а значит субъективный характер. Формально количественный подход, тем более те выводы, которые строятся не на опросных методиках, а на анализе больших данных, лишен этого недостатка и претендует на объективность, свободную от позиции исследователя. Предполагается, что математический аппарат дает нам шанс «познать» социальные законы и социальную реальность вне субъективного восприятия исследователя. Хотя, безусловно, цель ставит исследователь, вопросы формулирует он же. И даже знакомясь с результатами исследований авторитетных социологических центров нередко можно наткнуться на так называемые перекосы шкал, навязывание ответов, прикрытые статистическими методами. Отсюда появление ярлыков «кремлевская» и «оппозиционная» социология, каждая из которых отсылает потребителя своих данных к информации о не менее «1600 респондентах, отобранных по репрезентативной выборке». Формальности соблюдены, доверие утрачено.

Качественная парадигма и вовсе опирается на интерпретацию, субъективную версию рассматриваемого явления. Эта интерпретация одновременно — и *само явление*, и *отражение исследователя*, и *интерпретация интерпретации*, то есть конструкт второго порядка. Но именно такая «субъективная» и будто бы «неточная» социология, на наш взгляд, наиболее релевантна, или — в случае качественной социологии — валидна для изучения групп, которые принято относить к элитным.

Главным вызовом для исследователя в данном случае становится не постановка цели, не определение задач, не составление адекватного путеводителя (guide) интервью, а выбор информантов и получение к ним доступа. Ведь представитель политической/административной элиты, в отличие от профильных экспертов, является не только носителем неких уникальных знаний, но и опыта, практик, адекватное представление о которых, пожалуй, невозможно получить из иных источников.

При этом социолог-качественник не получает доступа к опыту других людей, а имеет дело с репрезентацией (представлением) этого опыта.

Чтобы результатом исследования было знание, а не симулякр, помимо прочего необходимо использовать «правильные» критерии, используемые для отбора информантов, способных предоставить необходимую исследователю максимально приближенную к реальности информацию [Семенова, 1998].

В западной литературе используются термины, которые на русский язык дословно переводятся как *информатор*, или *актер*, *действующее лицо*. В отечественной социологии, учитывая негативные коннотации таких переводов, устоялись термины *информант* и *актор*. Но даже англоязычных авторов «отталкивает термин информант ввиду его негативной окраски» [Baily, 1996]. Потому таких людей именуют ключевым участником (key actor) или ключевой фигурой (key insider), то есть человека, являющегося «включенным членом изучаемой ситуации, который добровольно действует как гид и помощник исследователя внутри некой социальной структуры» [Baily, 1996]. В России же используется не перевод термина, а лишь его калька, а потому свободно можно использовать термин *информант*, включая в него и ключевого участника, и ключевого актора.

Очевидный риск: «…вопросы, продиктованные социальной позицией самого исследователя, интересами его интеллектуального поля, «выуженные» ответы — все это ведет к анализу сфабрикованного самим исследователем артефакта», пишет Пьер Бурдье [Бурдье, 2001]. Иными словами, так называемый эффект наложения, который, с точки зрения Бурдье, возможно избежать, выбирая респондентов, лично знакомых интервьюеру, но не доводя до крайностей данный подход, когда «врач должен опрашивать врача, студент — студента, безработный — безработного и т. д.». Это приводит к эффекту, обратному наложению, когда «опрашивающий и опрашиваемый имеют между собой слишком много общего, так, что критическое осмысление происходящего становится затруднительным» [Бурдье, 2001]. Вместе с тем в исследовании российских политических элит мы имеем опыт одного из ведущих элитологов страны Ольги Крыштановской [Voronkova, Sidorova, Kryshtanovskaia, 2012], которая небезуспешно исследовала российский истеблишмент, используя метод включенного наблюдения. Идеальный для исследователя информант — говорящий с ним на одном в широком смысле этого слова языке.

Поиск такого респондента может опираться на количественных, качественных критериях и многоступенчатом отборе. Но все эти критерии могут оказаться малозначимыми при отборе информантов в исследовании закрытых сообществ, где значимость того или иного критерия не всегда

доступна социологу и информант не всегда доступен. Дж. Трембли предлагает использовать «этнографический отбор», выделяя пять критериев (указываем их в порядке значимости):

— роль в общности;
— знание, которым обладает информант в силу занимаемого им в общности статуса;
— готовность к общению;
— готовность сотрудничать;
— беспристрастность в оценках [Jonson, 1990].

Другие этнографы, говоря о критериях отбора информантов, выделяют похожие. Спредли и Мак Карди [Jonson, 1990] пишут о «хорошем информанте» как об одном из тех, «кто хорошо знает культуру и готов говорить», а также «неразборчив в общении», следовательно, доступен исследователю.

Но подобный подход не ведет нас к самым «осведомленным» информантам. Для нас важны классические исследования лидерства, проведенные Фрименом, Фараром, Блумбергом и Саншайном (1963) [Jonson, 1990]. Они выделили три категории лидеров и лидерства.

1. Лидерство, основанное на «социальной активности».
2. Лидерство, основанное на репутации.
3. Титулованное (формальное) лидерство.

Фримэн с коллегами считает, что «потенциальные информанты должны быть рассмотрены с точки зрения формальных и неформальных ролей, позиций и статусов» [Jonson, 1990]. Есть типы отбора, основанные на приоритете структуры и места занимаемого в нем информантом.

Согласно нашему опыту, одной из ключевых проблем в изучении политической и административной элиты является не столько отбор, сколько доступность информанта, готовность его к общению. Информанты из этой социальной группы менее активно общаются с интервьюером, а если и общаются, то неохотно. Ключом к общению могут служить выстраивание с такими информантами личных отношений, позволяющих им не потерять чувство безопасности.

Список литературы

1. Бурдье П. Понимание // Контексты современности-II: Хрестоматия. Казань : Изд-во Казан. ун-та, 2001.
2. Семенова В. В. Качественные методы: введение в гуманистическую социологию. М. : Добросвет, 1998.

3. Baily C. A. A Guide to Field Research. Thousand Oaks, California — London — New Delhi, 1996.
4. Jonson C. J. Selecting ethnographic informants. *Qualitative research methods*. Vol. 22. Newbury Park — London — New Delhi, 1990.
5. Voronkova O., Sidorova A., Kryshtanovskaia O. The Russian Establishment: paths and means of renewal. *Russian Politics and Law*. 2012. Vol. 50. No. 1. P. 84—100.

Е. А. Заруцкая

ГЕЙМИФИКАЦИЯ В ОНЛАЙН-ОПРОСАХ

ЗАРУЦКАЯ Екатерина Александровна — кандидат экономических наук, доцент кафедры управления персоналом, Институт экономики и управления, Тверской государственный университет, Тверь, Россия.
E-MAIL: zarutskaya@mail.ru

Аннотация. В работе рассматривается геймификация социологических исследований как способ повышения вовлеченности потенциальных респондентов в опросы и повышения качества их ответов. Мотивация участия человека в геймифицированных опросах определяется возможностью удовлетворения потребностей в новизне, творчестве и пр. Распространение геймификации во многих сферах общественной жизни (обучение, управление персоналом, досуг, маркетинг) является одним из факторов ее проникновения в сферу социологических (маркетинговых) исследований. Разнообразные приемы и методы геймификации, используемые при разработке инструментария, в целом повышают удовлетворенность респондентов от участия в опросах. При этом необходимо учитывать факторы, которые ограничивают применение геймификации в исследованиях.

Ключевые слова: геймификация, онлайн-опрос, социологический инструментарий, приемы и методы геймификации

Исследователи сталкиваются с проблемой формального отношения респондентов к участию в исследованиях, феноменом «усталости от опросов» (survey fatigue) и нежеланием в них участвовать [Turner, Van Zoonen, Adamou, 2014]. Респонденты отказываются отвечать на длинные, скучные, «сухие» анкеты, читать сформулированные сложно вопросы, которые они зачастую не понимают или понимают искаженно. Как следствие — необдуманные, «автоматические» ответы на вопросы или их пропуск, невнимательность, частично заполненные анкеты или заполненные не до конца. По данным агентства Survey Nation, 58 % респондентов не нравится участвовать в опросах [Пулестон, 2012]. При этом только менее половины респондентов вопросы читает внимательно, а около 80 % респондентов при длительных опросах отвечают на вопросы шаблонно и начинают спешить [Пулестон, 2012].

Одним из возможных путей стимулирования участия респондентов в социологических исследованиях и их заинтересованности является применение приемов геймификации при разработке опросного инструментария. Геймификация предполагает использование игровых методик в процессе социологического исследования для стимулирования более активного и продуктивного участия в них респондентов, а также максимального внимания к заполнению анкет.

Геймификация инструментария позволяет задействовать процесс мотивации потенциального респондента и удовлетворить его потребности в новизне (желание получать новые впечатления, опыт, информацию), творчестве (участие в нестандартных мероприятиях, расширение кругозора, проявление креативности), радости и удовольствии [Самоукина, 2014]. Респонденты получают возможность удовлетворить свое любопытство, выразить свое мнение, отвлечься от повседневной жизни и пр. за счет более привлекательного и интересного процесса опроса.

Геймификация все чаще применяется в различных сферах общественной жизни: в обучении (школах, университетах), управлении персоналом в компаниях, маркетинге, досуге и пр. Можно сделать предположение о некоторой подготовленности (и, возможно, даже ожидании) населения к встрече с игровыми методиками в рамках участия в социологических исследованиях.

Геймификация в последние годы всесторонне изучается, особенно в маркетинге. В основу геймификации заложены пять основных компонент [Adamou, 2014]:

1. Формулирование понятных для респондента правил и цели (игры).
2. Нарратив (общий сценарий).
3. Интересные задания и квесты.
4. Постоянная обратная связь и поощрения респондентов.
5. Разработка креативного дизайна опроса.

Нарратив — это объясняющий рассказ, как правило, в форме занимательной истории, имеющий свой сюжет и систему персонажей. При этом респонденту предлагается исполнить определенную роль и следовать той миссии, которую предписывает ему нарратив. Квест (от англ. quest — «поиск», «выполнение поручений») — это разновидность игр, требующих от игрока решения умственных задач для продвижения по сюжету. Квест может разрабатываться как для анкеты в целом и отдельных блоков, так и для отдельного вопроса. Исследования подтверждают, что если сформулировать вопрос в виде квеста, то ре-

спонденты готовы тратить на свой ответ значительно больше времени [Пулестон, 2012].

Геймифицированная анкета предполагает иной стиль вопросов, формулировки которых должны быть более занимательными и интересными, что позволит повысить мотивацию респондентов к прочтению вопросов и ответов на них [Пулестон, 2012; Вернигор, Воронина, 2016]. Во-первых, персонализация вопросов, создающая у респондента ощущение, что данный вопрос касается именно его. Во-вторых, эмоционализация, которая вызывает скрытые чувства респондента и дополнительные эмоции. Проекция — третий метод, предполагающий просьбу от лица другого человека. В-четвертых, «постановка в вымышленные условия» респондента с добавлением эффекта неожиданности.

Добавление правил к вопросам также позволяет повысить заинтересованность респондентов к их прочтению и ответам. Среди основных приемов выделяют конкретизацию, ограничивающие правила и сокращение количества вариантов [Пулестон, 2012]. Добавление механизма вознаграждения (баллами) в геймифицированных анкетах, несмотря стопроцентный прирост затрат времени, оценивалось респондентами в 90 % случаях положительно [Пулестон, 2012].

Важным моментом в формировании геймифицированного инструментария является уход от стандартных жестких структур (рамки, таблицы, текст) и использование современного дизайна (визуализация).

Положительный эффект геймификации был подтвержден во многих эмпирических исследованиях. Так, Дж. Пулестон провел сравнение стандартного опроса и опроса-игры в целом и показал, что количество респондентов, давших положительную оценку, возросло с 61 % до 84 % [Пулестон, 2012].

Не такие оптимистичные выводы по поводу эффективности применения геймификации в исследованиях получили С. Уорнок и Дж. Самнер Гантц совместно с компанией New South Research (NSR) (2016). Доля прошедших опрос до конца была больше среди тех, кто отвечал на обычную версию онлайн-анкеты (49,3 %), а не геймифицированную (39,0 %) [Warnock, Sumner Gantz, 2016]. При этом результаты не зависели от пола и возраста респондентов. Авторы приходят к выводу, что далеко не все методики геймифицированных опросов способны повысить мотивацию респондентов к опросам.

Геймификация в исследованиях имеет ряд ограничений. Во-первых, большинству независимых исследовательских компаний геймификаци-

онные методики, требующие наличия специализированного программного обеспечения, недоступны. Во-вторых, игровая механика несколько усложняет процесс ответа на вопросы, требует от респондентов дополнительного напряжения, концентрации, что повышает их временные затраты (в среднем на 20%) [Пулестон, 2012]. В-третьих, геймифицированный подход к опросам требует значительного объема пилотажа и экспериментальной работы, поскольку высока вероятность искажения получаемой информации. В-четвертых, для создания геймифицированных анкет от их разработчиков требуются способности к творчеству, креативу и даже к искусству.

В целом, несмотря на ряд ограничений, применение методов геймификации в исследованиях позволяет повысить результативность и качество ответов респондентов. При этом важно правильно соотнести и подобрать цели исследования и цели игры. Специалисты утверждают, что геймифицированную анкету эффективнее создавать самостоятельно, а не использовать готовую.

Список литературы

1. Вернигор К., Воронина Я., Синева О. Геймифицированная онлайн-анкета: возможности и ограничения // ИНТЕР. 2016. № 12. С. 43—53.
2. Пулестон Дж. Онлайн исследование — начать игру // Онлайн исследования в России 3.0 / под редакцией Шашкина А. В., Девятко И. Ф., Давыдова С. Г. М.: Издательский дом «Кодекс», 2012. С. 31—58.
3. Самоукина Н. В. Эффективная мотивация персонала при минимальных затратах, или Как платить меньше, но чтобы работали лучше? Ростов н/Д : Феникс, 2014. 238 с.
4. Adamou B. Research games as a methodology: the impact of online research games upon participant engagement and future research game participation. Research Through Gaming Ltd. 2014. [Электронный ресурс]. URL: https://www.academia.edu/9487108/ResearchGames_as_a_Methodology_The_Impact_of_Online_ResearchGames_Upon_Participant_Engagement_and_Future_ResearchGame_Participation (дата обращения: 20.02.2018).
5. Turner G., Van Zoonen L., Adamou B. Research through gaming: public perceptions of (the future of) identity management. Sage case studies in research methods. 2014. [Электронный ресурс]. URL: http://dx.doi.org/10.4135/9781446273050135496519 (дата обращения: 11.02.2018).

6. Warnock S., Sumner Gantz J. Does gamification offer relief from survey-taking torture? 5 October 2016. [Электронный ресурс]. URL: https://www.quirks.com/articles/does-gamification-offer-relief-from-survey-taking-torture (дата обращения: 28.03.2018).

Л. В. Давыдкина, А. В. Чернов

ИНСТРУМЕНТЫ ИЗУЧЕНИЯ ПОВСЕДНЕВНОЙ МОБИЛЬНОСТИ: ТРЕКИНГ И ОПРОС

ДАВЫДКИНА Любовь Владимировна — кандидат психологических наук, научный сотрудник, Лаборатория социально-средового проектирования «Человеческий фактор» (СГСПУ), Самара, Россия.
E-MAIL: Lubov.davydkina@ya.ru
RESEARCHERID: P-4807-2016

ЧЕРНОВ Андрей Владимирович — кандидат технических наук, старший научный сотрудник, Институт систем обработки изображений РАН — филиал Федерального научно-исследовательского центра «Кристаллография и фотоника» Российской академии наук, Самара, Россия.
E-MAIL: chernov@geosamara.ru

Аннотация. В последнее время большую популярность набирает трекинг как один из методов изучения мобильности. Повседневную мобильность также можно изучать с использованием опросного метода. Трекинг имеет по сравнению с опросным методом ряд преимуществ и ограничений. Описание повседневных индивидуальных маршрутов производится с использованием конструкций «место», «локация» и «корреспонденция». Опросный метод позволяет собрать дополнительную информацию о целях поездки и субъективном содержании «места». Количественные характеристики образа жизни индивида описываются с использованием девяти коэффициентов, рассчитанных за определенный период времени: разнообразие (LD), транспортные предпочтения (TP), среднее количество поездок (NT), среднее количество «локаций» на поездку, средняя длина поездки ($LT_{ср.}$), время (пространственной) активности (TSA), повседневные маршруты (DR) с расчетом индекса постоянства для каждого, индекс разнообразия маршрутов (RDI), ареал, вовлеченность (Inv), общее время пути (TJ). Ряд сходных элементов повседневных маршрутов обозначается понятием «социально-средовой сценарий». Предложенная методология позволяет рассчитать ряд коэффициентов и индексов, характеризующих особенности пространственного поведения индивида, в сравнении со средними по исследуемой социальной группе.

Ключевые слова: пространственная мобильность, повседневная мобильность, трекинг, повседневный маршрут, социально-средовой сценарий

Благодарность. Работа выполнена в рамках фундаментального исследования по теме ««Социально-средовые сценарии» как социально-психологическое явление и фактор психологического благополучия горожанина» при финансовой поддержке РФФИ и Самарской области (проект № 17-46-630871).

Пространственная мобильность находится в фокусе интереса как за рубежом, так и в России, в связи с развитием технологий, позволяющих получать и обрабатывать в режиме реального времени данные о перемещениях горожан.

Для этого используются цифровые технологии, связанные с фиксацией и анализом цифрового следа (трекинг). На основе данных цифрового следа восстанавливается история перемещений людей в виртуальном и реальном пространстве. Такие данные используются при построении транспортных моделей, карт мобильности городов [1]. На основе подобных моделей планировщики делают выводы о характере посещаемости того или иного места, освоенности городских территорий разными группами населения.

С использованием технологий трекинга анализируется поведение пользователей в сети Интернет, строятся предсказательные модели социально-психологических характеристик пользователей [Kosinski, 2013].

Нам представляется, что маркером социально-психологических различий индивидов могут стать особенности «повседневного маршрута» индивида. «Повседневный маршрут» — регулярно повторяющийся в пределах определенного промежутка жизни одного человека или группы людей сценарий перемещений по городу: «дом — школа — дом — кружок рисования — дом», «дом — работа — магазин — дом». Для обозначения ряда сходных элементов повседневных маршрутов групповых субъектов мы предлагаем термин «социально-средовой сценарий». Сходство повседневных маршрутов может проявляться как в пространственно-временных, так и в ценностно-функциональных атрибутах мест.

[1] См., например: https://tripsdc.org/, http://senseable.mit.edu/cityways/app/

Метод трекинга как инструмент социального анализа имеет как свои плюсы, так и ограничения. Среди преимуществ метода можно отметить следующие:

— высокая точность полученных данных о местах посещения при условии активного участия респондента;
— автоматический сбор данных;
— доступность при высокой распространенности операционной системы Android, сервисов Google;
— возможность собрать большое количество треков;
— низкие трудозатраты при обработке данных.

Недостатками метода являются:

— фрагментарность данных, имеющихся у владельцев (операторов сотовой связи, разработчиков приложений), их дублирование (в случае если человек носит с собой два устройства);
— высокая стоимость за счет разработки или покупки специализированного программного обеспечения для анализа треков, обеспечения места хранения данных;
— возможные нарушения условий анонимности, что влечет дополнительные расходы, связанные с необходимостью обеспечения условий хранения персональных данных;
— необходимость наличия и работоспособности соответствующего оборудования у информантов (смартфон, приложение, включенная геолокация, разрешение на использование данных);
— покрытие только части генеральной совокупности (пользователи мобильных телефонов или сервисов).

Еще одно существенное ограничение трекинга для использования в социологических исследованиях — отсутствие информации о причинах выбора того или иного маршрута. Это затрудняет интерпретацию, поскольку в одном месте может быть совмещено несколько социальных функций (фитнес-клуб и магазин), либо одно и то же место может посещаться с разными целями (торговый центр как место покупок и как место работы).

Таким образом, повседневная индивидуальная мобильность может быть изучена с использованием треков (данных о перемещениях индивидов), либо с использованием опросного метода.

Использование трекеров [1] дает более точные данные о перемещениях. Получение качественных треков, фиксирующих все перемещения

[1] Трекер — устройство для сбора данных о пространственных перемещениях.

индивида за некоторый период времени (месяц, полгода, год и т. д.), — это техническая задача, которая по-разному, но при этом довольно успешно решается многими российскими и зарубежными учеными [Gonzalez, 2008; Calabrese et al., 2011; Бейлина, 2013].

Иной вариант — восстановление данных о перемещениях на основе данных, полученных путем опросного метода. С использованием опросного метода могут быть уточнены маршруты, а также собраны социально-психологические атрибуты «мест» (личностные смыслы, цели и функции). Мы использовали анкету собственной разработки «Городские сценарии». Респонденты отмечали на карте города «дом» (или место настоящего проживания); места регулярного посещения (друзья и родственники, другие места) с указанием частоты и времени посещения, а также описывали основные маршруты передвижения по городу.

Количественный анализ повседневных маршрутов мы проводили с использованием ряда математических процедур. Описание индивидуальных маршрутов производится с использованием конструкций «место», «локация» и «корреспонденция». «Локация» — зафиксированная на треке «точка простоя». «Местом», вслед за Дж. Урри, мы называем «точку интереса», целевой пункт назначения, куда направляется индивид [Урри, 2012]. «Места» — это локации с различными геопространственными характеристиками. Важнейшими местами являются «дом» (первичная территория по И. Альтману [Altman, 1975]) и «работа» (вторичная территория). «Корреспонденция» — перемещение из одного «места» в другое. «Поездка» — это сумма траекторий «корреспонденций» с началом и окончанием в месте «Дом».

Количественные характеристики образа жизни индивида в определенный период времени (месяц, полгода, год и т. д.) рассчитываются с использованием девяти коэффициентов: разнообразие (LD), транспортные предпочтения (TP), среднее количество поездок (NT), среднее количество «локаций» на поездку, средняя длина поездки ($LT_{ср.}$), время (пространственной) активности (TSA), повседневные маршруты (DR) с расчетом индекса постоянства для каждого, индекс разнообразия маршрутов (RDI), ареал, вовлеченность (Inv), общее время пути (TJ).

Третий уровень обработки предполагает расчет ряда коэффициентов, отражающих количественные характеристики образа жизни социальной группы. На этом уровне обработки выделяются «социально-средовые сценарии» — элементы повседневных маршрутов с количеством пунктов назначения более трех, повторяющиеся для n горожан.

Анкета «Городские сценарии» показала хорошую валидность, респонденты подробно отмечают места, описывают маршруты следования (93% анкет содержали достаточно информации, чтобы восстановить повседневные маршруты респондентов). У некоторых респондентов отмечались сложности при ответах на вопросы, требующих ориентации по карте. Еще одна проблема опросного метода заключается в наличии когнитивных искажений, связанных с ценностными и мотивационными факторами: респонденты охотнее указывают места, не связанные с рутинной жизнью, места развлечений. Также сложности возникали и с указанием времени посещения мест.

Таким образом, данные о повседневной активности, восстановленные с использованием опросного метода, носят приближенный и частично искаженный характер. С другой стороны, опрос дает возможность получить дополнительную информацию о ценностно-мотивационных ориентирах респондента, проявленных в выборе маршрутов и «мест». Учитывая, что собранные с использованием трекеров данные также включают искажения, связанные с погрешностями в работе целого ряда технических устройств, наиболее точные результаты дает совмещение этих двух методов.

Список литературы

1. Бейлина Н. В. Блочно-временной алгоритм фильтрации геолокационных данных // Вестник СамГУ. Естественнонаучная серия. 2013. № 9/1(110).
2. Урри Дж. Мобильности. М. : Праксис, 2012.
3. Altman I. The environment and social behavior: privacy, personal space, territoriality and crowding. Brooks (CA), 1975.
4. Calabrese F., Diao M., Di Lorenzo G., Ferreira J., Ratti C. Estimating Origin-Destination Flows Using Mobile Phone Location Data. *IEEE Pervasive Computing*. 2011. No. 4. http://dx.doi.org/10.1109/mprv.2011.41.
5. Gonzalez M. C., Hidalgo C. A., Barabasi A. Understanding individual human mobility patterns. *Nature*. 2008. Vol. 453.
6. Kosinski M., Bachrach Y., Stillwell D., Kohli P., Graepel T. Manifestations Of User Personality In Website Choice And Behaviour On Online Social Networks by, Machine Learning Journal (MLJ). 2013. URL: https://www.microsoft.com/en-us/research/wp-content/uploads/2016/11/kbksg_ML2013.pdf (дата обращения: 07.02.2018).

Е. В. Масланов

КОММУНИКАЦИОННАЯ ПЛОЩАДКА В СЕТИ ИНТЕРНЕТ КАК ЗОНА ОБМЕНА: К ПОСТАНОВКЕ ВОПРОСА

МАСЛАНОВ Евгений Валерьевич — кандидат философских наук, научный сотрудник, Институт философии РАН, Москва, Россия; Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия.
E-MAIL: evgenmas@rambler.ru
RESEARCHER ID: J-7880-2017

Аннотация. Коммуникационные площадки в сети интернет могут использоваться для создания пространства активного взаимодействия исследователей и обычных пользователей. От офлайновых площадок они отличаются особой ролью дизайна и невозможностью передачи неявного знания. Часть офлайновых коммуникационных площадок напоминает онлайновые. Они специально конструируются и служат для согласования деятельности и убеждений их участников, то есть являются зонами обмена. Исследовательские коммуникационные площадки в сети интернет частично напоминают зоны обмена. Они могут позволять участникам (исследователям и обычным пользователям) решать общие проблемы и формировать пространство общих смыслов. Специфика взаимодействия в сети заключается в возможности в любой момент отказаться от взаимодействия. На коммуникационных площадках в сети интернет могут создаваться сообщества пользователей, изначально разделяющих общие ценности и представления о мире; люди, не разделяющие эти ценности, вряд ли попадут в такие сообщества. Построение исследовательских коммуникационных площадок как зон обмена — дело будущего.

Ключевые слова: зона обмена, коммуникационная площадка, интернет-сообщества, согласование деятельности и убеждений, неявное знание

Благодарность. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-311-00187 «Коммуникационные площадки в сети интернет как «зона обмена»: перспективы и ограничения (российский контекст)».

Коммуникационные площадки (социальные сети; сайты сообществ, дающих возможность обмениваться информацией; различные сервисы, предлагающие совместно решать общие проблемы и др.) могут рассматриваться как пространства для проведения социологических и иных исследований. Они позволяют собирать и анализировать большое количество данных о пользователях и в результате предсказывать их поведение в сети, предлагать им наиболее релевантную информацию. Коммуникационные площадки в сети могут использоваться и как пространства исследования пользователей, основанные на активном взаимодействии с пользователями.

Создание таких онлайн-площадок связано с несколькими вызовами. Выделим два, на наш взгляд, принципиально важных. Во-первых, процесс стихийного взаимодействия в офлайне, «лицом к лицу», дает возможность выстроить правила интеракции в процессе общения. В ситуации взаимодействия на коммуникационной площадке в онлайне участники коммуникации всегда в своем общении зависят от дизайна площадки. Он может предполагать возможность построения только определенного типа высказываний, размещение определенной информации в рамках заданных полей, ограничения на количество символов, запрет или разрешение на размещение аудиовизуальной информации и т. д. Во-вторых, в процессе взаимодействия в офлайн-пространствах участники коммуникации могут опираться не только на «вербализированные» способы передачи информации, но и использовать иные способы, сообщать некоторое неявное, не вербализированное знание. Онлайновые коммуникационные площадки вряд ли позволяют это сделать. Это затрудняет налаживание коммуникации между людьми, обладающими различным бэкграундом.

Специально организованные офлайновые и онлайновые коммуникационные площадки, предназначенные для нахождения консенсуса или исследования, различаются не столь драматично. Офлайновые площадки специально конструируются, что предполагает соблюдение определенных правил, заданных их дизайнерами. Примером такой коммуникационной площадки может служить любой крупный научный или бизнес-форум, предполагающий определенный формат высказываний, выделение ключевых спикеров, формирование механизмов взаимодействия спикеров друг с другом и слушателями и т. д.

Коммуникационные площадки, т. е. вполне реальные пространства, подразумевающие согласование деятельности и убеждений различных людей П. Галисон назвал зонами обмена. Анализируя процесс решения

научно-технических задач в Ферми-лаб, он отмечал, что в таких пространствах в процессе коммуникации ученые, принадлежащие к различным научным культурам, находили решение научно-технических проблем, а сама коммуникация выступала условием, позволяющим решать их [Galison, 1999]. Примером специально сконструированной зоны обмена офлайн может выступать Сколково [Столярова, 2013]. В зоне обмена все участники коммуникационного пространства оказываются вовлечены во взаимодействие и меняются под влиянием друг друга.

Взаимодействие в зоне обмена предполагает выработку общего пространства смыслов между всеми ее участниками. Исследователь, работающий с аудиторией коммуникационной площадки, стремящейся стать зоной обмена, должен не только фиксировать деятельность людей, он может участвовать в ее работе на равных с другими пользователями, в том числе и с теми, кого он исследует. Проводимые на таких площадках работы должны помочь выявить и сформировать у аудитории новые смыслы и ценности. Примером таких проектов могут выступать различные краудсорсинговые проекты, например, проекты ПАО «Сбербанк»[1]. Часть краудсорсинговых проектов можно назвать зонами обмена, а часть — нет, так как не все из них предполагают сближение ценностей и смыслов всех участников проекта.

Примером коммуникационных площадок, направленных как на взаимодействие с аудиторией, так и на возможное ее изучение, могут выступать различные страницы и группы исследовательских проектов в социальных сетях. В этом случае их организаторы стремятся сформировать «лояльность» у посетителей групп и страниц к своим проектам, дать возможность посетителям принять участие в исследованиях, поделиться своим мнением и т. д. Примеров таких площадок достаточно много, отметим «Клуб любителей интернета и общества», «неформальное объединение исследователей, которые занимаются интернетом»[2]. Проект, направленный на изучение интернета, использует интернет для формирования сообщества исследователей, рекрутирования активистов для проведения исследований, информирования о новых исследовательских практиках и т. д.

Можно ли с уверенностью назвать все эти проекты зонами обмена, пространствами согласования деятельности и убеждений людей, обла-

[1] См. http://www.sberbankidea.ru.

[2] См. http://clubforinternet.net; https://vk.com/clfis; https://www.facebook.com/groups/102665573406804.

дающих различными взглядами, опытом взаимодействия с миром, языкам описания мира? Специфика любого взаимодействия в сети интернет в том числе основана на возможности в любой момент отказаться от взаимодействия. Отказ может распространяться и на участие в работе определенного сообщества, на взаимодействие в рамках определенной коммуникационной площадки. В этом случае на коммуникационных площадках в сети интернет могут создаваться сообщества, которые изначально разделяют общие ценности и представления о мире и способах его исследования; люди же, не разделяющие эти ценности, вряд ли попадут в эти сообщества. Таким образом, пока рано говорить о том, что исследовательские коммуникационные площадки в сети интернет выступают зонами обмена. При этом активное использование таких площадок, формирование новых принципов и механизмов работы с аудиторией вполне способны привести к тому, что они станут зонами обмена.

Список литературы

1. Столярова О. Е. «Сколково»: архитектурные зоны обмена // Социология науки и технологий. Т. 4. 2013. № 4. С. 132—143.
2. Galison P. Trading zone: Coordination action and belie // Biagioli M. (ed.) The Science Studies reader. N.Y., 1999. P. 137—160.

А. И. Любимова, В. А. Одинокова, К. Ю. Ерицян, В. П. Авдеева, Ю. П. Захарова, М. М. Русакова

ЛОНГИТЮДНОЕ ИССЛЕДОВАНИЕ НА СЛУЖБЕ ОБЩЕСТВА: МЕТОДИКА ИЗУЧЕНИЯ КЕЙСОВ СЕМЕЙ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ НАСЕЛЕНИЯ

ЛЮБИМОВА Александра Игоревна — младший научный сотрудник, Социологический институт Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: alexandra.lyubimova@gmail.com

ОДИНОКОВА Вероника Александровна — кандидат социологических наук, младший научный сотрудник, Социологический институт Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: veronika.odinokova@gmail.com

ЕРИЦЯН Ксения Юрьевна — младший научный сотрудник, Социологический институт Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: ksenia.eritsyan@gmail.com

АВДЕЕВА Владлена Павловна — младший научный сотрудник, Социологический институт Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: avdeeva_vlada@mail.ru

ЗАХАРОВА Юлия Петровна — младший научный сотрудник, Социологический институт Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: 4zet@mail.ru

РУСАКОВА Майя Михайловна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Социологический институт Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: rusakova.maia@yandex.ru

Аннотация. В работе представлены методические наработки авторов и дизайн лонгитюдного исследования, направленного на изучение жизненных траекторий детей и семей, находящихся в контакте с системой социальной защиты населения. Исследование проводится с использованием разработанной авторским коллективом модели траекторий детского неблагополучия. Особенностями данного исследования являются: 1) его практическая направленность — результаты будут способствовать развитию программ помощи семьям, 2) методическое решение: лонгитюдный дизайн, смешанная качественно-количественная методология, использование визуальных методик, сбор информации от трех респондентов по одному изучаемому кейсу. Исследование предполагает проведение трех волн опроса для выявления значимых изменения в жизни семей и детей-участников. На настоящий момент завершены этапы: формативного исследования, пилотажа, а также опрос первой волны, включающий в себя 250 кейсов. Особенности рекрутирования по предложенной методике — необходимость первичного контакта с семьей и презентация исследования через специалиста, возможность согласиться или отказаться от участия у каждого потенциального респондента, входящего в один кейс. Особенностями опороса по предложенной методике являются: необходимость одновременного опроса ребенка и родителя разными интервьюерами, необходимость внимательного применения методики «линия жизни».

Ключевые слова: лонгитюдное исследование, социология детства, жизненные траектории, смешанная методология, благополучие, кейс, семья, модель, ребенок

Благодарность. В публикации представлены методические наработки научного коллектива в рамках выполнения лонгитюдного исследования по проекту «Социальные траектории детства в современной России», поддержанному грантом Российского научного фонда № 16-18-10372.

Улучшение положения детей и социальная поддержка семей — приоритетные направления в государственной социальной политике России последних лет. Решение вопросов профилактики социального сиротства, безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних требует развития научно обоснованного подхода к организации системы социальной помощи. Ввиду этого необходимы исследования, которые предоставят

необходимые статистические данные для принятия решений и при этом наполнят эти данные смыслом и объяснят их, что и позволит сформировать продуманные и эффективные программы помощи и профилактики.

В настоящем докладе представлены методические наработки научного коллектива в рамках выполнения продолжающего на настоящий момент лонгитюдного исследования по проекту «Социальные траектории детства в современной России», поддержанному грантом Российского научного фонда № 16-18-10372. Исследование ставит целью оценить влияние социальных институтов защиты детства в их взаимодействии с семейными и поведенческими факторами на траекторию детского неблагополучия. Сбор данных основывается на разработанной коллективом теоретической модели траектории детского неблагополучия. Модель разработана под влиянием и с учетом социологии жизненного пути [Elder, 1998; Hutchison, 2010], теорий, объясняющих формирование делинквентного поведения [Sampson, Laub, 1994], теории рискованных и протективных факторов [Catalano, Hawkins, 1996], концепций благополучия детей, разработанных в рамках социологии детства [Майорова-Щеглова, 2016; Casas, 2011; Corsaro, 1997], исследований социальной политики [Ярская-Смирнова и др., 2014]. В рамках модели неблагополучие операционализируется через перечень индикаторов по трем основаниям: позитивные — негативные, объективные — субъективные, показатели ребенка — показатели контекста. Индикаторы изучаются в рамках жизненной траектории — долгосрочного паттерна стабильности или изменений. В рамках траектории могут появляться поворотные точки — значимые происшествия, повлекшие изменения в жизни ребенка, ставшие причиной значимых и долговременных последствий. Траектория в этом исследовании во многом рассматривается через призму взаимодействия ребенка с социальными институтами.

Исследование фокусируется на жизненных траекториях детей 10—17 лет, признанных нуждающимися в дополнительной поддержке со стороны государства. В исследовании выполняется сбор данных из различных источников, вместе составляющих один кейс: 1) интервью с одним из родителей (официальных представителей); 2) интервью с ребенком; 3) опрос представителя системы социальной защиты детства, работающего с ребенком/семьей. Все три источника подразумевают работу как по качественной (интервью), так и по количественной (опрос с включением психометрических тестов) методикам, с привлечением таких графически-смысловых способов взаимодействия с респондентом, как «линия жизни»

и «эко-карта» [Pirskanen et al., 2015]. В проекте будут реализованы три волны исследования с разницей в полгода для регистрации изменений в жизни семьи и ребенка. На настоящий момент полностью проведена первая волна исследования, в которой собрано 250 кейсов социальных траекторий детей, а также идет вторая волна исследования.

Замечания по методике рекрутирования. Первичный контакт с респондентами осуществлял специалист, курирующий семью. Специалист кратко рассказывал потенциальным респондентам об исследовании и приглашал их к участию. При личной встрече интервьюер — член научного коллектива — подробнее рассказывал детям и родителям об условиях участия в исследовании, получал информированное согласие на участие от родителей, детей и специалистов. Каждый потенциальный информант имел возможность отказаться от участия в исследовании, кроме того, родитель принимал решение о том, дать ли возможность исследователям обратиться с предложением к участию в исследовании к ребенку и специалисту, курирующему случай. В 67 % кейсов информация получена из всех источников, в остальных случаях отсутствуют данные родителя или специалиста (отказы информантов, кейсы детей, оставшихся без попечения родителей). Ограничением этого способа рекрутирования является фактор селекции — в исследование привлекаются только родители, которые сотрудничают с соцзащитными учреждениями, и исключаются те, кто, по словам специалистов по социальной работе, «не идут на контакт».

Замечания по опросным методикам. Тестировались два варианта процедуры опроса детей и родителей: последовательно одним интервьюеров и одновременно парой интервьюеров. При опросе родителя и ребенка одним интервьюером у ребенка возникают напряженность и сомнения в том, что сообщенные им сведения были конфиденциальны. Было принято решение проводить интервью с ребенком и родителем одновременно двумя интервьюерами. Сбор данных по одному кейсу, включая временные затраты на согласование времени и места опроса, проведение интервью, проезд к месту проведения опроса, регистрацию и ввод данных, комплектацию и архивирование дела, в среднем занимал 18 часов.

В рамках проведения качественных интервью с родителями (опекунами) и детьми были выявлены ограничения использования методов, используемых для исследования жизненных траекторий. В процессе качественных интервью как у родителей и опекунов, так и у детей возникали сложности при визуализации «линии жизни» ребенка. Взрослые

респонденты затруднялись назвать возраст ребенка, в котором происходило то или иное значимое событие. Дети затруднялись представить свою жизнь как последовательность событий или «поворотных точек» и определить, какое влияние оказало то или иное событие — ограничивались эмоциональной оценкой события. Интересным наблюдением, требующим более углубленного изучения, является то, что интерпретация событий как значимых в жизни ребенка самими детьми, родителями и исследователями значительно различается.

Предварительный анализ позволил установить важные жизненные события и поворотные «точки», направляющие социальную траекторию ребенка по «неблагополучному» сценарию. Полученные результаты позволяют говорить о том, что выбранный подход к изучению социальных траекторий детства (три источника, смешанная методика, привлечение психологических методик) является высокопродуктивным и демонстрирует, насколько ограниченными были бы данные, полученные из одного источника. В 2018 г. намечены направления практического внедрения результатов исследования в работу институтов социальной защиты детей.

Список литературы

1. Майорова-Щеглова С. Н. Субъективные показатели благополучия детства // Социология и общество: социальное неравенство и социальная справедливость. 2016. С. 10576—10582.
2. Ярская-Смирнова Е.Р. и др. Благополучие и неблагополучие в концептуальном аппарате семейной политики и защиты детства в современной России // Политика семьи и детства в постсоциализме. ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2014. С. 72—98.
3. Casas F. Subjective social indicators and child and adolescent well-being. *Child Indicators Research*. 2011. Vol. 4. No. 4. P. 555—575.
4. Catalano R. F., Hawkins J. D. A theory of antisocial behavior. *Delinquency and crime: Current theories*. New York, NY, US: Cambridge University Press. 1996. P. 149—160.
5. Corsaro W. A. The sociology of childhood. Thousand Oaks, CA, US: Pine Forge Press/Sage Publications Co. 1997. 304 p.
6. Elder G. H. The life course as developmental theory. *Child development*. 1998. Vol. 69. No. 1. P. 1—12.
7. Hutchison E. D. A life course perspective. *Dimensions of human behavior: The changing life course*. 2010. Vol. 4. P. 1—38.

8. Pirskanen H. et al. Researching Children's Multiple Family Relations: Social Network Maps and Life-Lines as Methods. *Qualitative Sociology Research*. 2015. Vol. 11. No. 2. P. 50—69.
9. Sampson R. J., Laub J. H. Urban poverty and the family context of delinquency: A new look at structure and process in a classic study. *Child development*. 1994. Vol. 65. No. 2. P. 523—540.

В. С. Харченко

КОРПОРАТИВНЫЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ: КАК СОЦИОЛОГИ ПОМОГАЮТ HR

ХАРЧЕНКО Вера Сергеевна — кандидат социологических наук, начальник отдела внутрикорпоративной обратной связи, ПАО КБ «Уральский банк реконструкции и развития», Екатеринбург, Россия; доцент кафедры социологии и политологии, Уральский государственный педагогический университет, Екатеринбург, Россия.
E-MAIL: verakharchenko@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-0909-6550

Аннотация. В работе описываются особенности проведения социологических исследований внутри организаций и компаний. С одной стороны, корпоративные исследования являются трансформацией заводской социологии, с другой — развитие менеджмента и управления персоналом привносит специфику в реализацию подобных исследований. Структура организации внутрикорпоративных исследований укладывается в концепцию «employee journey map» — для работодателей важным становится понимание специфики пути от соискателя к действующему сотруднику, а после — и бывшему. Комплексное изучение целевых аудиторий компании дает возможность выстраивания эффективной политики управления персоналом, а также формирования привлекательного HR-бренда. Особенности реализации внутрикорпоративных исследований связаны с деятельностью компании, организационной культурой, возможными способами сбора, анализа данных и распространения результатов исследований. Социологи, реализующие внутрикорпоративные исследования, должны решать кроме традиционных вопросов качества сбора и анализа данных также проблемы вовлечения в опросы, повышения достоверности собираемой информации, информирования о результатах исследований. Предлагаемая проблематика затрагивает важный для современной социологии вопрос об актуальных компетенциях профессиональных социологов и трансформации профессии. Кроме исследовательских компетенций востребованными становятся умение программировать опросные формы и готовить вовлекающие тексты, а также навыки визуализации данных опросов и исследований.

Ключевые слова: корпоративные исследования, HR, корпоративная культура, employee journey map, вовлеченность, корпоративные социологи, онлайн-опросы, жизненный цикл сотрудника, социологические мемы

История изучения мнений сотрудников организаций началась и активно развивалась более века назад, когда появились первые научно-исследовательские институты, ячейки движения за научную организацию труда (НОТ), распространялись психотехнические и психофизиологические лаборатории. Интерес к исследованию настроений работников связан был, прежде всего, со статусом «заказчика» всех исследований — государства, заинтересованного в развитии производства и деятельности предприятий, заводов, фабрик и т. п. Распространившиеся в конце XX века теории человеческих отношений и воплотившиеся в деятельности организаций в виде специального направления — управления персоналом (HR-служб) — актуализировали вопросы проведения исследований внутри организации для выстраивания эффективных процессов работы с персоналом. В настоящее время запрос на исследования внутри компаний связан преимущественно с необходимостью изучения социально-психологического климата, уровня удовлетворенности работой и вовлеченностью сотрудников, сбора «обратной связи» по различным инициативам компаний. Основными проблематиками для HR-специалистов традиционно являются эффективные источники рекрутинга кандидатов и причины увольнений сотрудников; нередко в компаниях проводят масштабные исследования удовлетворенности персонала (с уточнением факторов удовлетворенности) и/или изучение бренда работодателя, организационной культуры. Таким образом, исследования внутри организаций концентрируются на одной главной задаче — изучении мнений для понимания того, какие способы выстраивания взаимоотношений между работодателями и соискателями / сотрудниками / аудиториями наиболее эффективны. Заказчиком в этом случае выступает руководство компании, организации.

Появление новых исследовательских задач связано с развитием концепции employee journey map — исследование пути сотрудника от кандидата до бывшего работника. Расширение набора исследовательских вопросов в сфере управления персоналом требует от организации затрат больших ресурсов или привлечения профессиональных исследователей и социологов, которые могут найти ответы на них. Поэтому обычно компании ограничивают число проводимых исследований; в редких случаях

руководство принимает решение об организации специального подразделения, в котором должны работать профессиональные социологи, задачей которых является комплексное изучение HR-бренда организации. Появление в штате компании профессиональных социологов привносит корректировки в реализацию исследований внутри организаций, ставит новые аналитические проблематики и формирует пул вопросов, связанных с изучением локального сообщества сотрудников. Однако создание специального подразделения для проведения внутренних социологических исследований позволяет собственными ресурсами решить исследовательские задачи, формулируемые HR-политикой компании и специалистами HR-подразделений.

В связи со спецификой подобных исследований и статуса аналитиков мы предлагаем обозначать их *корпоративными (социологическими) исследованиями* и ***корпоративными социологами***.

Систематизация всех исследовательских запросов в HR укладывается в концепцию «*employee journey map*», отражающую *жизненный цикл сотрудника* в организации. Жизненный цикл сотрудника состоит из нескольких важных этапов, на каждом из которых важно собирать оценки сотрудников о взаимодействии с работодателем.

1. **Знакомство соискателей и/или кандидатов с компанией** — на этом этапе изучается внешний HR-бренд компании, образ, сложившийся до приобретения статуса сотрудника компании.
2. **Адаптация сотрудников в компании** — поэтапные замеры социальных настроений сотрудников в первые три месяца работы в компании. На данном этапе фиксируются проблемы и трудности, с которыми сталкиваются новые сотрудники компании.
3. **Работа в должности** — изучение мнений сотрудников по широкому спектру тематик и проблематик. Основная задача замеров на данном этапе — выявление проблемных зон в работе сотрудников, оценка проводимых компанией инициатив, программ (в том числе возможности обучения и развития), замеры социальных настроений и внутреннего HR-бренда. Одним из важных показателей является лояльность работодателю, удовлетворенность и вовлеченность персонала.
4. **Увольнение** — несмотря на то, что на данном этапе сотрудник принимает решение уйти из компании и его оценка не влияет на актуальную политику управления персоналом, изучение мнений увольняющихся сотрудников являются важным источником понимания

имеющихся в организации проблем. Одно из самых популярных способов исследования на этапе увольнения — проведение exit-интервью, задача которого состоит в выявлении причин увольнения.

Итак, на каждом этапе жизненного цикла сотрудника может быть собрана социальная информация, которая помогает оценивать HR-бренд компании и эффективность политики управления персоналом. Проводимые в рамках этого комплексного анализа *корпоративные социологические исследования* имеют ряд нюансов, которые связаны со статусом социологов, их позицией внутри компании.

1. Формирование исследовательских проектов на основе запросов руководителей компании (зачастую HR-менеджмента).
2. Прикладной эффект исследований (применение результатов в работе подразделений или политике компании в целом).
3. Сбор эмпирических данных в рамках локального сообщества, что имеет как преимущества, так и ограничения.
4. Решение вопросов анонимности участников и конфиденциальности их ответов.
5. Повышение доверия к результатам исследований как рядовых сотрудников, так и руководителей.
6. Вовлечение всех сотрудников в опросы и исследования.
7. Информирование (популяризация) результатов исследований.

Все эти нюансы связаны с формированием повышенных специфических требований к социологам, работающим в компании (или корпоративным социологам) — необходимости развивать коммуникационные и презентационные компетенции, а также иметь навыки визуализации полученных данных.

Для решения возникающих при реализации корпоративных исследований сложностей мы разработали несколько направлений.

1. При подготовке исследований социологи специально уточняют **прикладной эффект каждого запроса** на исследование. Другими словами — выясняют, какие управленческие или организационные решения будут приняты по итогам проведенного опроса. Полученная информация используется при подготовке информационных материалов до и после исследований. Для заказчиков эта процедура является дополнительным механизмом определения основной цели и задач исследования.
2. При проведении исследований респондентам всегда сообщают о статусе **анонимности опроса и гарантируют конфиденциаль-**

ность собираемых данных. Конфиденциальность собираемой информации является важным аргументом против проведения внутренних исследований, так как существует стереотип, что внутреннее исследование — это повод выявить «несогласных», чтобы после влиять на них персонально. Следуя принципам профессиональной этики, никакие личные данные из проведенных профессиональными социологами исследований не было переданы руководителям. Для снижения напряженности среди участников исследований наше подразделение готовит публикации, в которых рассказывают об особенностях исследований, статусе анонимности; ряд опросов дает возможность самим сотрудникам оставить контактную информацию, чтобы получить комментарии по высказанным оценкам и мнениям.

3. Доверие проводимым в компании опросам и их прикладной эффект напрямую связаны с готовностью сотрудников в них участвовать. Для повышения **охвата сотрудников исследованием** мы развиваем два основных направления работы — **программирование опросных форм и информирование о результатах исследований**. В первом случае от социолога требуется делать не просто правильную (с точки зрениям настроек) форму, а форму, которая будет максимально вовлекать в опрос. Информирование о результатах исследований связано с развитием визуализации социологической информации — подготовки презентационных материалов (простых, доступных, понятных), инфографики (лаконичной и привлекательной). Кроме того, в качестве стимулов для привлечения внимание респондентов мы разработали серию «социологических мемов» — картинки, которые в юмористической форме рассказывают о значимости участия в опросах. Как показал опыт, использование их в рассылке повышает отклик. Дополнительной формой информирования (и способом стимулирования к участию) является проведение вебинаров для сотрудников, на которых социологи рассказывают о результатах опросов, проясняют особенности их проведения и использования результатов.

Таким образом, специфический статус корпоративных социологов требует при проведении внутриорганизационных исследований учета ряда ограничений, а основная задача их деятельности состоит в получении объективной информации и, соответственно, качественных результатов, которые можно использовать в работе HR-служб и формировании политики управления персоналом. Накапливаемый опыт проведения

внутрикорпоративных исследований мы планируем распространять среди HR-специалистов и профессиональных социологов, что, на наш взгляд, может обеспечить развитие этого направления и повышение качества работы.

Н. В. Немирова

МЕТОД КЕЙС-СТАДИ В ОЦЕНКЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПРЕИМУЩЕСТВА

НЕМИРОВА Наталья Викторовна — кандидат социологических наук, доцент кафедры европейских исследований, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: nnemirova@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-0674-5260

Аннотация. Система российского образования сегодня нуждается в социологическом сопровождении деятельности образовательных учреждений. Главная цель — оценка качества образования. Сложность предмета изучения, методические и процедурные ограничения заставляют социологов обратиться к методу кейс-стади, способному разрешить сложившиеся противоречия. Методологические преимущества данного метода являются предметом рассмотрения статьи.

Ключевые слова: кейс-стади, качество образования, стратегия комбинирования методов

В современных условиях развития системы образования в нашей стране администрациям образовательных учреждений все чаще приходится прибегать к помощи социологов. Причин этому несколько.

Во-первых, наличие более десятка нормативно-правовых документов, описывающих необходимость и важность самообследований при оценке качества образования. Часть из них настоятельно рекомендует образовательным учреждениям различного уровня (высшие учебные заведения, учреждения общего образования, учреждения дополнительного образования и т. п.) организовывать анкетирование среди учащихся и их родителей с целью измерения уровня удовлетворенности.

Во-вторых, исполнительные органы власти на местах также мониторят образовательные учреждения, используя целый арсенал «социологических методов» и называя любые бланки обследований, подсчетов и рейтингов «анкетами», а полученные из образовательных учреждений результаты — «социологией». При этом сама «анкета» представляет собой группу из пяти-десяти разрозненных вопросов, как правило, открытых,

реже закрытых, содержащих или номинальную шкалу ответов с вариантами «да» и «нет», или трехбалльную шкалу оценки. При организации опроса методические указания по проведению исследования отсутствуют, а вопрос «расчета и построения выборки» перекладывается на плечи администрации образовательных учреждений.

В-третьих, администрация образовательных учреждений в эпоху современных информационных технологий (когда информация распространяется в режиме реального времени, потоково, бесконтрольно, с широким охватом информационного пространства) нуждается в обоснованных, надежных результатах социологических обследований, которые позволят оперативно реагировать на общественные настроения всех участников образовательной среды: учащихся, их родителей, педагогов, сотрудников структурных подразделений и др. Некоторые исследователи вводят в социологический тезаурус понятие оперативного социологического сопровождения — гуманитарной технологии, синхронизирующей социологические наблюдения (обследования) с процессом принятия управленческих решений [Гуманитарные технологии…, 2008].

Целью социологических обследований в образовательных учреждениях становится комплексная оценка результатов образовательного процесса, которые в большинстве случаев нельзя свести к эквивалентным количественным категориям. Однако у представителей администраций образовательных учреждений, и особенно у чиновников от образования, сформировалось устойчивое чувство доверия только к результатам количественных исследований, которые позволяют в дальнейшем использовать в обработке статические методы и работать с балльно-рейтинговыми показателями. Качество образования — сложная структурная модель, состоящая из ядра устойчивых показателей, ситуативных показателей, приоритетов и объективных показателей.

Помимо предметных и методологических ограничений, наличествуют процедурные. Социологи, работающие в образовательных учреждениях, сдержаны в финансовом, временном и технологическом ресурсах. График проведения обследований определяется, как правило, не исследовательскими задачами, а учебным планом учреждения. Все это влияет на методологию и дизайн исследования.

Цель исследовательского проекта задается заказчиками, но каждый раз социолог сталкивается со специфическим, порой даже уникальным состоянием объекта наблюдения. Многозадачность проекта, специфика

объекта исследования, масштаб исследования, сроки его выполнения, количество изучаемых групп, отсутствие свободы выбора при организации исследования, необходимость сочетания различных методик, техник и процедур превращают каждый исследовательский проект в кейс, а метод — в кейс-стади. Конечные результаты исследования интересны прежде всего администрации образовательного учреждения, но они могут быть сопоставимы с результатами обследований других аналогичных образовательных учреждений.

Социолог при решении подобных сложных задач прибегает к использованию эпистемологической стратегии комбинирования количественных и качественных методов. Первые позволяют верифицировать исследовательские гипотезы, используя формализованные методы измерения (анкетирование, формализованное наблюдение, контент-анализ и др.), произвести обобщения, представить заказчику результат в ожидаемом формате. Вторые — поиск глубинных объективных структур, с одной стороны, ограничивающих предмет исследования, с другой — формирующих ситуацию исследования в практике и семантике явлений. Здесь используются неформализованные методы получения данных (глубинные интервью, фокус-группы, методы коллективной генерации идей, неформализованное наблюдение и др.).

В методологическом отношении используемый метод кейс-стади можно определить как идиографический тип исследования, который направлен на выявление уникальных черт объекта. Подобные исследования должны быть построены на теоретических посылках о фундаментальном понимании социального как такового «с опорой на две базовые парадигмы — объективизм и конструктивизм, — концептуальный водораздел между которыми преодолевается в теории структурации и идеях критического реализма, и это позволяет утверждать, что основы социального мира «задаются» объективными структурными механизмами, недоступными для непосредственного наблюдения, но воспроизводятся, функционируют и трансформируются в повседневной жизни в ходе реализуемых практик» [Крокинская, Немирова 2018: 37].

Опыт применения метода кейс-стади как комплексного метода социологических исследований в образовательных учреждениях позволяет снять методические и процедурные ограничения и получить обоснованные, достоверные результаты, не искажая их валидность и обобщающую способность.

Список литературы

1. Гуманитарные технологии и рынок труда / под ред. В. Г. Зарубина. СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена. 2008. 136 с.
2. Крокинская О. К., Немирова Н. В. Воспитанники детской спортивной школы олимпийского резерва: социальное самочувствие и жизненные стратегии // Социологический журнал. 2018. № 1. С. 34—54.

Д. А. Яковлева, О. Ю. Колесниченко, Л. С. Мазелис, И. Н. Григоревский, Ю. Ю. Колесниченко

О ЧЕМ «ГОВОРИТ» МИР? API—СОЦИОЛОГИЯ И ГЛОБАЛЬНОЕ СООБЩЕСТВО GOOGLE

ЯКОВЛЕВА Дарья Алексеевна — аспирант кафедры математики и моделирования, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток, Россия.
E-MAIL: darya.yakovleva15@vvsu.ru
ORCID: 0000-0002-0139-4051

КОЛЕСНИЧЕНКО Ольга Юрьевна — кандидат медицинских наук, главный редактор интернет-портала «Бюллетень «Анализ безопасности»» (www.SecurityAnalysisBulletin.com), Москва, Россия.
E-MAIL: oykolesnichenko@list.ru
ORCID: 0000-0002-4523-6485

МАЗЕЛИС Лев Соломонович — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой математики и моделирования, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток, Россия.
E-MAIL: lev.mazelis@vvsu.ru
ORCID: 0000-0001-7346-3960

ГРИГОРЕВСКИЙ Иван Николаевич — кандидат технических наук, научный сотрудник, Институт программных систем им. А. К. Айламазяна РАН, ответственный секретарь оргкомитета Национального Суперкомпьютерного Форума, Переславль-Залесский, Россия.
E-MAIL: gin@nscf.ru
ORCID: 0000-0001-8078-1238

КОЛЕСНИЧЕНКО Юрий Юрьевич — директор интернет-портала «Бюллетень «Анализ безопасности»» (www.SecurityAnalysisBulletin.com), Москва, Россия.
E-MAIL: green-apple_2000@mtu-net.ru
ORCID: 0000-0002-4426-9250

Аннотация. Представлены результаты морфологической текстовой аналитики Больших данных — встречаемости в интернете для различных стран ключевых слов, значения для которых находились при запросе из баз данных поисковой системы Google через API-доступ при помощи

специально созданного программного обеспечения. Морфологическая текстовая аналитика позволяет оценить глобальный образ мировой интернет-дискуссии, а для каждой из стран — степень адаптации к меняющимся условиям технологического уклада и уровень социального стресса. Построена модель глобальной дискуссии социальной направленности, что соотносится с трендами социальной нестабильности по данным ежегодного доклада «The Global Risks Report» Всемирного экономического форума. Построенная модель глобальной дискуссии релевантна одному из сценариев будущего, описанных западным экспертным сообществом в докладе «Multiple Futures Project-2030» (2009). Для этого сценария характерно ослабление государств из-за внутренних социальных проблем, обусловленных сменой технологического уклада в глобальной экономике (бедность, безработица, болезни и наркотики). Для преодоления социальной нестабильности государствам необходимы международные согласованные меры по адаптации к социальной и экономической глобализации и трансформации.

Ключевые слова: текстовая аналитика, большие данные, визуализация, API-социология

Социологи уже несколько лет обсуждают проблему, как анализировать интернет-данные. Активной профессиональной площадкой для таких дискуссий традиционно служит ежегодная Грушинская конференция [Федоров, 2015]. После первого этапа сомнений в пригодности больших данных для генерации научно-практических выводов наступил следующий этап проб и ошибок, когда возникла масса исследований с разными целями и методами. По мере развития интернет-социологии определились два направления — сбор IP-данных (Internet Protocol) и сбор данных через API.

Интернет можно рассматривать как глобальную систему «People-to-IT» (люди вкладывают в информационные системы черты своего бытия), которая обладает гибкостью с точки зрения реакции на события, происходящие в социуме. Количество (частота встречаемости) тех или иных ключевых слов в открытых текстах интернета отражает разные аспекты в жизни людей. Методами морфологической текстовой аналитики Больших данных можно оценивать лишь отражение интереса к политическим, социальным и экономическим процессам в информационной системе «People-to-IT», а не сами эти процессы напрямую.

Исследование выполняется с 2015 г., это уже третий этап аналитики текстовых Больших данных. Методические подходы и результаты предыдущих этапов были описаны в номерах журнала «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены» № 5 (129) в 2015 г. [Колесниченко и др., 2015] и № 6 (136) в 2016 г. [Колесниченко и др., 2016]. Данный вид аналитики относится к области API-социологии. Исследование выполняется под эгидой Национального Суперкомпьютерного Форума — Национальной Суперкомпьютерной Технологической Платформы.

Для осуществления запроса к поисковой системе Google и подсчета количества встречаемости заданных (ключевых) слов через API-доступ (Application Programming Interface) во Владивостокском государственном университете экономики и сервиса была создана специальная компьютерная программа. Собрана матрица из 52 ключевых слов в привязке к названиям 100 стран и двум годам — 2015 и 2016. Изъятие данных (Data Mining) проводилось в течение 2017 г. Языки набора слов — английский и русский (доля русских слов существенно меньше, чем английских).

В данном исследовании распределение стран по самому часто встречающемуся (ведущему) ключевому слову рассматривается как «имидж» государства в интернете — это некая обобщенная характеристика по одному ведущему слову. Позитивный имидж — ведущий паттерн с конструктивным смыслом, негативный имидж — ведущий паттерн с деструктивным смыслом. Спектр ведущих паттернов слов (самое часто встречающееся ключевое слово в привязке к названию страны из списка 52 слов) составил 15 позиций (см. рис. 1). К позитивному имиджу можно отнести такие паттерны, как «development», «mobile app», «mobile phone». Только 32 страны (то есть 32 % стран) относятся, по полученным данным, к группе позитивного имиджа. В подгруппу «development» вошли 20 стран. Это ведущие страны мира, Россия входит в эту подгруппу. Остальные страны оказались в группе негативного имиджа.

Также были проанализированы группы паттернов наиболее часто встречающихся ключевых слов для каждой из стран, построена общая диаграмма, отражающая глобально самые актуальные темы, связанные со странами (см. рис. 2). Получившаяся карта отражает интерес глобального социума к технологиям нового информационного уклада (наиболее распространенная технология на данном этапе — мобильная связь) [Кондратьевские волны…, 2015]. Указание на развитие говорит о том, что социум не утратил конструктивного пути, но есть обусловленные сменой уклада проблемы — бедность, занятость.

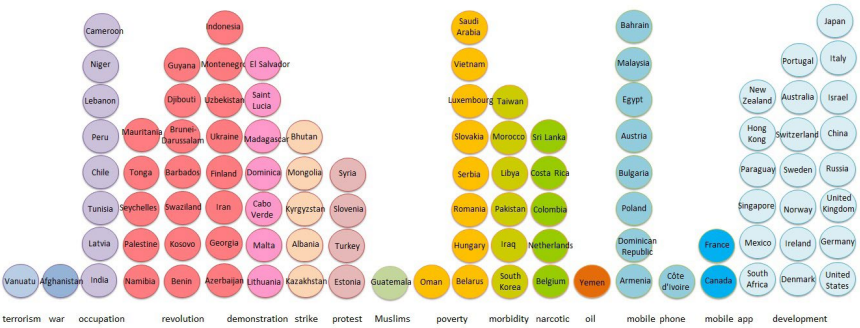


Рис. 1. Распределение 100 стран поведущему паттерну из 52 ключевых слов

Революционный тренд может иметь двоякое толкование, это и технологическая революция (точнее, широко обсуждаемая The Fourth Industrial Revolution), и революционные настроения в странах. Последнему аккомпанируют часто встречающиеся слова, свидетельствующие о готовности к протестам, забастовкам и демонстрациям, а также периферийный ряд трендов со словами, отражающими проблемы кризиса, повышения цен и безработицы. Проблемы заболеваемости и наркомании, входя в центральное звено главных трендов, беспокоят глобальный социум намного больше, чем терроризм, война и преступность. Тема алкоголизма находится в периферийном ряду трендов.

На рис. 2 отражение глобальной дискуссии в интернете представлено в стиле ежегодных докладов экспертов Всемирного экономического форума «The Global Risks Report» (GRR), которые создаются на основе соцопросов экспертов разных стран. В докладе 2018 г. глубокая социальная нестабильность (profound social instability) занимает центральное место среди глобальных проблем и рисков (можно ознакомиться с диаграммой The Risks-Trends Interconnections Map по источнику [The Global Risks Report, 2018]). Если принять за условие, что построенная модель глобальной дискуссии отражает тот образ мира, в котором социум сегодня существует, то можно охарактеризовать этот глобальный образ. А это, в свою очередь, дает возможность более точно прогнозировать процессы глобального развития и оценить риски будущего.

Построенная модель глобальной дискуссии релевантна одному из сценариев будущего, описанных в докладе MFP-2030 [Multiple Futures Project, 2009], который называется «темная сторона эксклюзивности» (dark side of exclusivity). Для этого сценария характерно ослабление государств

из-за внутренних социальных проблем, обусловленных сменой технологического уклада в глобальной экономике (бедность, безработица, болезни и наркотики). Эти проблемы государства не могут решать в одиночку, поддерживая свою эксклюзивность. Необходимы международные согласованные меры по адаптации к социальной и экономической глобализации и трансформации. Если упрощенно обозначить все перечисленные сценарии будущего в MFP-2030, то мир может трансформироваться в четыре модели развития: социальную, криминальную, технологическую и военную. По данным нашего исследования, пока что глобальная дискуссия сохраняется в рамках социальной модели.

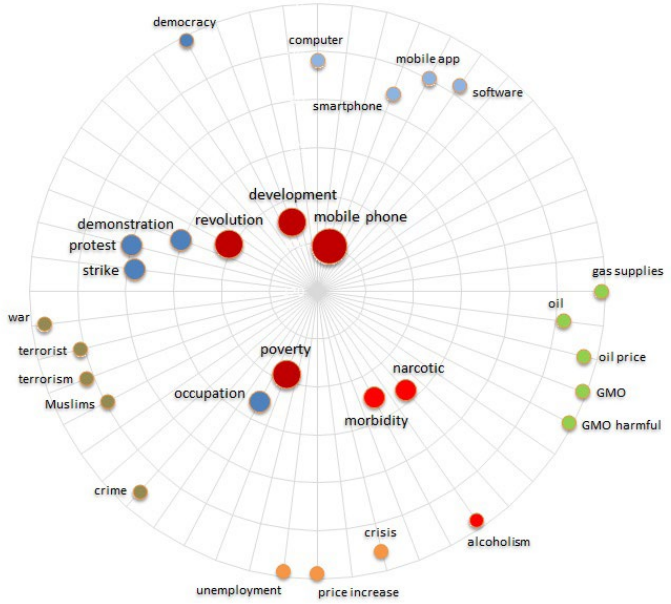


Рис. 2. Карта глобальных трендов, построенная погруппе самых часто встречающихся паттернов ключевых слов для каждой из 100 стран

* Чем ближе к центру по шкале, тем больше стран имеют ключевое слово как часто встречающееся в привязке к своему названию. Размер маркера условно отражает эту же характеристику

Список литературы

1. Колесниченко О. Ю., Смородин Г. Н., Ильин И. В., Журенков О. В., Мазелис Л. С., Яковлева Д. А., Дашонок В. Л. «Третья волна»: много-

центровое исследование по аналитике Big Data Академического партнерства EMC в России и СНГ // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2015. No 5. С. 21—41.
2. Колесниченко О. Ю., Смородин Г. Н., Яковлева Д. А., Мазелис Л. С., Колесниченко Ю. Ю. API-социология: оценка глобальных деструктивных влияний на глокализационную ситуацию // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. No 6. С. 30—51.
3. Кондратьевские волны: наследие и современность: ежегодник / отв. ред. Л. Е. Гринин, А. В. Коротаев, В. М. Бондаренко. Волгоград : Учитель, 2015.
4. Федоров В. В. Стенограмма выступлений президиума на пленарном заседании «Большая социология: интеграция новых данных и экспансия в междисциплинарность». V социологическая Грушинская конференция «Большая социология: расширение пространства данных». М. : РАНХиГС. 2015.
5. Multiple Futures Project — Navigating towards 2030. Report. ACT NATO. 2009. 69 p.
6. The Global Risks Report 2018. 13th Edition. World Economic Forum, Geneva. URL: http://wef.ch/risks2018 (дата обращения: 25.02.2018).

С. И. Копкарева

ОСОБЕННОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ И ПРОВЕДЕНИЯ ОНЛАЙН ФОКУС-ГРУПП В ФОРМАТЕ ВИДЕОКОНФЕРЕНЦИЙ

КОПКАРЕВА Светлана Игоревна — кандидат социологических наук, ведущий специалист исследовательского сектора, РАНХиГС при Президенте РФ, Москва, Россия.
E-MAIL: svetlana_expert@list.ru

Аннотация. Онлайн фокус-группы в формате видеоконференций — достойная альтернатива традиционных фокус-групп. С каждым годом все больше людей становятся обладателями домашних компьютеров и пользователями интернета, все большее распространение получает мобильный интернет. Неуклонно улучшаются технические характеристики компьютеров и смартфонов, растет скорость интернет-соединения. Количество площадок для видеоконференций также увеличивается, наряду с зарубежными появляются российские предложения. Площадки разрабатывают и улучшают мобильные версии своих платформ. Многие площадки реализуют функционал специально для социологов, например, возможность проводить опрос в рамках конференции, а также предусматривают функции для облегчения модерирования фокус-группы (предоставление слова участникам по выбору модератора, общий и личные чаты, доска для демонстрации документов, видеозапись конференции для последующей обработки и т. д.). Таким образом, возможности для использования формата видеоконференций при проведении фокус-групп растут. В статье рассматриваются особенности данного формата, его преимущества и недостатки, специфика поведения участников и изменение роли модератора. Также перечисляются технические сложности реализации данного формата и предлагаются рекомендации по их устранению, либо снижению их влияния на качество получаемых данных.

Ключевые слова: методы социологических исследований, качественные методы, фокус-группа, онлайн фокус-группа, видеоконференция, удаленное участие, особенности видеоконференций, преимущества видеоконференций, технические сложности

Под онлайн фокус-группами, как правило, подразумеваются форумы и чаты. Подобный формат значительно отличается от традиционных фокус-групп, проводимых «лицом к лицу». В то же время существует и некая промежуточная форма — фокус-группы в формате видеоконференции, которые даже в большей мере соответствуют данному наименованию, чем форумы и чаты. Следует признать, что данная форма проведения фокус-группы скорее является ее удаленной технологичной альтернативой, чем самостоятельным методом. Тем не менее она имеет собственную специфику, ограничения и преимущества, которые необходимо учитывать, когда решается вопрос, каким образом следует проводить фокус-группу в конкретном исследовании.

На первом этапе выбора формата фокус-группы необходимо понять, есть ли необходимость и целесообразность отказаться от традиционной фокус-группы. Представляется, что основных предпосылок для такого отказа всего две:

— географическая удаленность участников от исследователя или значительный территориальный разброс участников группы;
— онлайн-среда для участников комфортна и привычна, генеральная совокупность не включает в себя категории лиц, для которых недоступно, ограничено или осложнено использование интернета (отсутствие личного компьютера, домашнего интернета, планшета или смартфона с выходом в интернет, навыков пользования компьютером и интернетом).

Преимущества фокус-группы в формате видеоконференции по сравнению с форумами и чатами обусловлены ее приближенностью к традиционным фокус-группам:

— такой формат позволяет не отказываться от устной коммуникации;
— предусматривает доступность невербальных средств общения;
— общение происходит в режиме реального времени, что делает возможным, например, постановку когнитивных вопросов или срез первичной реакции на какую-либо информацию;
— визуальная составляющая (участники видят друг друга, знают друг о друге основные сведения) создает предпосылку для возникновения групповой интеракции.

Опыт исследований показывает, что использование формата видеоконференций — это не просто вынужденная мера, удаленное участие предоставляет и ряд преимуществ:

— в домашней обстановке участники более расслаблены и уверены в себе;
— удаленность стимулирует к более активному включению в беседу инертных участников (поскольку эффект физического присутствия при данном формате отсутствует, у участников появляется потребность подтверждать свое участие вербально);
— если целью фокус-группы является пользовательское тестирование сайтов, то участники оказываются в максимально реалистичных условиях, так как тестируют сайт посредством своего оборудования и программного обеспечения.

Что касается организационного и финансового момента, то данные преимущества формата видеоконференций не бесспорны. Организация осложняется необходимостью протестировать качество работы платформы видеоконференций у каждого участника до проведения фокус-группы. А в финансовом плане стоимость использования платформы может превышать стоимость аренды фокус-рума и затрат на командировку модератора (в зависимости от того, на какой платформе остановит свой выбор исследователь). Кроме того, для данного формата требуется привлечение технического специалиста для поддержки группы.

Для грамотной модерации исследователь должен представлять, каким образом удаленное участие сказывается на поведении участников фокус-группы.

Отсутствие физического «чувства плеча» некритично, участники ощущают свою общность и групповой характер работы. Интеракция присутствует: участники слушают друг друга, в своих высказываниях ссылаются и развивают мысли других участников. В связи с этим модератор не должен пренебрегать этапом представления участников и должен способствовать тому, чтобы портрет каждого участника был полным и законченным.

Выступления происходят в большей степени по очереди, поэтому диалог идет медленнее, чем на традиционных фокус-группах. Так, на традиционных фокус-группах участники, которые придерживаются одного мнения, как правило, обозначают свое согласие с коллегой невербальными средствами и одной-двумя фразами в процессе или после его выступления, а затем выступают сторонники других позиций. При удаленном участии оратор, как правило, один, а другие участники ждут своей очереди высказаться. В связи с этим для поддержания интереса к беседе и повышения ее интенсивности, предполагается целесообразным снижение количества участников до минимума (шесть человек).

Активная роль модератора в онлайн-группе возрастает. Спонтанный диалог присутствует, но эффекта круглого стола достичь достаточно проблематично. В онлайн-формате участникам сложно почувствовать паузу, в которую будет корректно вставить реплику или принять эстафету от предыдущего оратора. Наиболее деструктивную роль в данном случае играет задержка видеосигнала, свойственная многим платформам. Участники быстро понимают, что ситуация, которую они видит, является уже «устаревшей» и они не могут в реальном времени встроиться в дискуссию. Кроме того, не все участники обладают камерами с комфортным разрешением и достаточной частотой кадров в минуту.

Технические сложности (временная потеря связи с конференцией, неработоспособность отдельных функций платформы) воспринимаются достаточно спокойно и не вызывают дезориентации участников в том случае, если объявлено, что присутствует технический специалист, который поможет разобраться с ситуацией. Отсутствие необходимости самим решать посторонние проблемы позволяет участникам не волноваться и оставаться в русле беседы.

Основная причина технических проблем при проведении фокус-групп в формате видеоконференций заключается в переходе значительной доли интернет-пользователей на Wi-Fi соединение. Как правило, сгладить проблему помогает отключение всех посторонних процессов на компьютере пользователя при подготовке к конференции, а также размещение рабочего места пользователя рядом с роутером.

Поддержанию качественного аудиосигнала и снижению интенсивности посторонних шумов помогает использование внешней гарнитуры.

В региональных исследованиях преградой для участия может служить устаревшая техника. В данном случае целесообразнее отказываться от включения в группу подобных участников.

Оценку и настройку оборудования каждого участника должен провести технический специалист, хорошо знакомый с используемой платформой. Проверка и настройка должны быть осуществлены на стадии рекрутинга, в этом случае высоки шансы предотвратить отсев участников, а также технические накладки во время проведения фокус-группы.

Таким образом, при разумном использовании и грамотной подготовке видеоконференция представляется достойной альтернативой традиционным фокус-группам. Поступательное совершенствование компьютеров и смартфонов позволяет ожидать, что влияние технических сложностей на качество полученных данных будет снижаться с каждым годом.

М. В. Мельников

ПРИМЕНЕНИЕ GOOGLE NGRAM VIEWER ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ ИНТЕРЕСОВ В ОБЛАСТИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ СЕМАНТИКИ ПРИВАТИЗАЦИИ

МЕЛЬНИКОВ Михаил Васильевич — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, Новосибирский государственный университет экономики и управления, Новосибирск, Россия.
E-MAIL: Halkidon_N@list.ru

Аннотация. Цель выполненного автором исследования состояла в анализе временных и количественных изменений в использовании социологами родового понятия «приватизация» и производных от него понятий «приватизация общества», «социальная приватизация», «приватизация пространства» и «приватизация публичного пространства». Для изучения объекта автором были использованы возможности сервиса Ngram Viewer, позволяющие создавать графики изменений частотности слов в оцифрованных Google книгах. С их помощью автор выполнил сравнительный анализ значений частот использования понятия «приватизация» в источниках 1500—2008 гг., а производных понятий — в источниках 1950—2000 гг. Заметные на графиках колебания исследовательского интереса к указанным понятиям свидетельствуют о сложном и противоречивом развитии социологической концептуализации приватизации. Визуальная информация Ngram Viewer позволила автору сделать вывод о том, что интерес к изучению приватизации общества появляется в социологии задолго до быстрого роста внимания к этому объекту в 1980—1990-х годах, связанного с потребностью научного осмысления курса на приватизацию общественных ресурсов и благ, начатого правительствами ряда стран. Другой вывод заключается в том, что благодаря социологическим исследованиям экономической приватизации начатое ранее социологическое изучение приватизации общества получило новое конкретное выражение в актуальных сегодня исследованиях приватизации публичного пространства.

Ключевые слова: приватизация, большие данные, big data, Ngram Viewer, частотный анализ, приватизация общества, приватизация публичного пространства, колебания исследовательского интереса, временные и количественные изменения

Благодарность. Работа выполнена при поддержке РФФИ: грант 16-03-00348.

Появление в социологических кругах интереса к big data представляет собой еще одну попытку социологов показать, что их работа может приносить пользу не только социологии, но и власти, и бизнесу, в финансовой поддержке которых нуждаются некоторые обществоведы. Но возможности работы с big data осложнены для социологов тем, что многие базы данных находятся под ведомственным контролем. В неблагоприятных для науки условиях доминирования корпоративных интересов социологи должны искать возможности изучения баз данных, доступ к которым относительно открыт. Одним из таких источников является Google Books — хранилище текстов не менее 25 миллионов оцифрованных книг, в основном на английском языке, изданных с 1500 по 2008 гг. В 2009 г. создан сервис Ngram Viewer, позволяющий создавать графики изменений частотности слов в оцифрованных книгах [Эйден, 2016: 37]. Благодаря Ngram Viewer появляется возможность осуществлять сравнительное исследование больших объемов информации и, как и при работе с другими big data, обнаруживать связи, которые ранее сложно было заметить. Использование Ngram Viewer может помочь социологам в изучении интенсивности исследовательского интереса к различным социальным явлениям и процессам. Покажем, как это может быть сделано на примере работы с понятием «приватизация» и его производными.

В большинстве англоязычных научных источниках слово «приватизация» используется в экономическом значении, но заметен интерес к нему и социологов. На представленном графике (см. рис. 1) видно, как изменяется интерес к изучению приватизации в книгах на английском языке, изданных в 1500—2008 гг. Это слово впервые появляется в источниках, относимых к 1512—1518 гг. и затем не встречается до 1879 г. За следующие сто лет процент упоминаний приватизации в источниках, оцифрованных Google, вырос в 1033 раз (с 0,000000172 в 1879 г. до 0,0000177712 в 1979 г.). Интерес к изучению приватизации быстро рос до 1996 г. С 1980 г. он вырос в 40 раз. В следующие десять лет (1997—2007) он снижается в 1,6 раз. Это снижение вызвано теоретическим истощением при осмыслении социальных эффектов экономической приватизации и падением интереса к этому феномену в общественном дискурсе.

Изображенная на графике кривая резкого подъема и обрушения интереса к изучению приватизации не позволяет увидеть, как изменяется

этот интерес в работах именно социологов. Остается неизвестным, для изучения каких объектов помимо собственности социологи применяли понятие «приватизация». Для того чтобы это узнать, в поисковую строку Ngram Viewer были введены словосочетания privatization of society (приватизация общества) и social privatization («социальная приватизация»). Эти понятия использовали Х. Арендт, Р. Сеннет, Д. Рисмен, Дж. Урри, Ю. Хабермас для выражения существенного снижения количества и глубины контактов между людьми в публичной сфере и пространстве и возвышения ценности частной жизни и аполитичности. График на рис. 2 показывает временные и количественные изменения интереса к этим понятиям. Временной отрезок графика локализован 1950—2008 г., так как в оцифрованных Google более ранних источниках рассматриваемые понятия не выявлены. Первое упоминание «приватизации общества» приходится на 1957 г. (0,0000000061 %), остается на этом уровне до 1963 г. и исчезает. Появляется снова в 1973 г. и в течение следующих почти 25 лет до 1997 г. вырастает, переживая кратковременные, но заметные падения, в 17,2 раз. В 1998 г. происходит резкое (в 2,8 раза) снижение упоминаний «приватизации общества», продолжающееся до 2004 г. В следующие четыре года снова произошел рост в 1,4 раза.

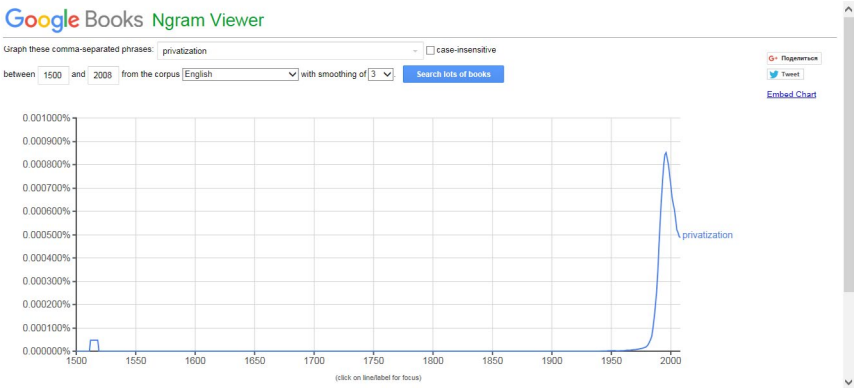


Рис. 1. Упоминания слова «приватизация» ванглоязычных источниках 1500—2008 гг., оцифрованных Google.

Источник: https://books.google.com/ngrams.

Понятие «социальная приватизация» впервые встречается в 1966 г. (0,0000000104 %), остается на этом уровне до 1972 г., затем исчезает

и появляется вновь в 1985 г. Процент его упоминаний вырастает к 1994 г. в 5,7 раз. Затем (до 2001 г.) снижается в 1,5 раза. В следующем 2002 г. процент его упоминаний начинает расти до 2008 г. (в 1,49 раз).

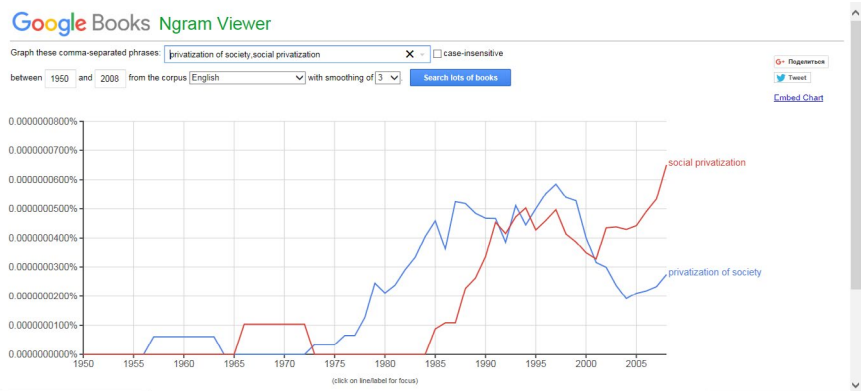


Рис. 2. Изменения упоминаний понятий privatization of society isocial privatization ванглоязычных источниках 1950—2008 г., оцифрованных Google

Источник: https://books.google.com./ngrams.

Графики колебания интереса исследователей к использованию двух понятий показывают, что интерес к «приватизации общества» появляется раньше (в 1957 г.) и раньше достигает наибольшей высоты (в 1997 г.). Временное снижение интереса к «приватизации общества» является более глубоким, чем снижение интереса к «социальной приватизации». Понятию «социальная приватизация» понадобилось меньше времени для того, чтобы достичь максимума упоминаний. Появившись во второй раз в 1974 г., «приватизация общества» достигает высшей точки через 25 лет в 1997 г., тогда как «социальная приватизация» — через 21 год (1986—2007). В первые годы нового века использование последнего понятия растет быстрее, чем первого. Нельзя исключать, что оба понятия могут использоваться как синонимы. Но и в этом случае требуется объяснить, почему «социальная приватизация» используется чаще. С одной стороны, его выбор обусловлен тем, что исследователи считают это понятие более подходящим для объяснения состояния современного общества, чем «приватизация общества», имеющее признаки оксюморона. С другой стороны, это понятие удачнее, чем «приватизация общества», кооперируется с применением понятия «приватизация» при изучении социальных

эффектов экономической приватизации. Такое же объяснение можно использовать, если обратиться к сравнительному анализу временных и количественных изменений в применении понятий privatization of space и privatization of public space (см. рис. 3).

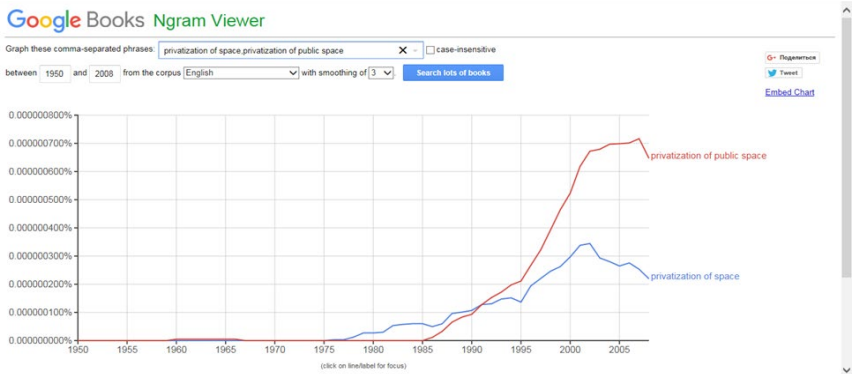


Рис. 3. Изменения упоминаний понятий privatization of space и privatization of public space ванглоязычных источниках 1950—2008 гг., оцифрованных Google.

Источник: https://books.google.com/ngrams.

Интерес к «приватизации публичного пространства» в работах социологов становится заметным на графике в 1960 г., а «приватизации пространства» — в 1976 г. С 1967 по 1985 гг. информация об использовании первого понятия на графике не отображается, тогда как процент упоминаний «приватизации пространства» за 1976—1985 гг. вырастает в 18,75 раз. В 1991 г. процент упоминаний двух понятий почти совпадает. Затем количество упоминаний «приватизации пространства» вырастает в 2,6 раз (до 2001 г., когда снижается), а количество упоминаний «приватизации публичного пространства» вырастает в 5,6 раз (до 2008 г., когда снижается). Последнее понятие является более конкретным, лучше поддается операционализации, сочетается с базовыми социологическими понятиями. С другой стороны, оно встречается и в работах урбанистов, географов, политологов, что помогает социологам использовать в своих целях междисциплинарный обмен. На рост общего интереса к двум понятиям влияет интенсивное развитие в последние годы пространственных подходов в социологии.

Анализ информации, полученной благодаря работе с Ngram Viewer, позволил автору сделать вывод о том, что интерес к изучению социального

явления, именуемого приватизацией, возникает в социологии задолго до и независимо от роста внимания к этому объекту в 1980—1990-х годах, вызванного потребностью научного осмысления социальных эффектов экономической приватизации. Другой вывод заключается в том, что благодаря социологическим исследованиям экономической приватизации начатое ранее социологическое изучение приватизации получило новое конкретное выражение в концептуализации приватизации общества и в актуальных сегодня исследованиях приватизации публичного пространства.

Список литературы

Эйден Э., Мишель Ж.-Б. Неизведанная территория: Как «большие данные» помогают раскрывать тайны нашего прошлого и представлять будущее нашей культуры. М. : АСТ, 2016. 351 с.

О. С. Сидорова, Н. Л. Мосиенко

ЦИФРОВОЕ КАРТОГРАФИРОВАНИЕ КАК МЕТОД ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ПРОСТРАНСТВЕННОЙ СЕГРЕГАЦИИ ГОРОДА

СИДОРОВА Ольга Станиславовна — младший научный сотрудник, ИЭОПП СО РАН, Новосибирск, Россия.
E-MAIL: o.sidorova.s@gmail.com

МОСИЕНКО Наталья Леонидовна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, ИЭОПП СО РАН, Новосибирск, Россия; доцент, Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, Новосибирск, Россия.
E-MAIL: nmosienko@ngs.ru

Аннотация. В статье анализируется социально-пространственная сегрегация города по статусному признаку с позиций рынка жилой недвижимости. В качестве индикаторов использованы стоимость и престижность жилья. Актуальность исследования сегрегации в пространстве города обусловлена социальными негативными и позитивными последствиями, возникающими в результате данных процессов. Кроме того, несмотря на обширный круг исследований по данной проблематике, остается потребность в разработке методологических и методических подходов для изучения сегрегации города в современных условиях; одним из таких подходов является использование цифровых карт. Цифровые карты — это сайты и компьютерные программы, позволяющие фиксировать на интерактивных картах различные данные, а затем их анализировать (например, Яндекс.Карты и 2ГИС). В исследовании показаны подходы к выявлению социально-пространственной сегрегации города через оценку процессов, происходящих на рынке жилой недвижимости; визуализацию этих процессов с помощью цифровых карт. Разработан методический подход, основанный на цифровом картографировании, дополняемом данными экспертных интервью. Приводятся результаты апробации методического подхода на примере первичного и вторичного рынков недвижимости Новосибирска.

Как результат — выделены территориальные кластеры — относительно гомогенные по стоимости и престижности и достаточно компактно рас-

положенные участки Новосибирска, как правило, застроенные жильем одного типа. На основе проведенного анализа рынка недвижимости описаны типы территориальных кластеров, отличающиеся стоимостью и престижностью жилья. Анализируются способы поддержания однородности жителей той или иной территории.

Ключевые слова: цифровое картографирование, социально-пространственная сегрегация, рынок жилой недвижимости, стоимость жилья, престижность жилья, территориальный кластер, городские сообщества

Социально-пространственная сегрегация, являющаяся одним из естественных процессов, существующих в социальном пространстве города и городской агломерации, затрагивает различные аспекты жизнедеятельности горожан и функционирования города. Сложность данного феномена обусловлена связанностью в нем процессов, происходящих одновременно и в физическом пространстве города, и в социальных отношениях. В социологии города под социально-пространственной сегрегацией обычно понимается полное или частичное обособление в физическом пространстве социальных групп, обусловленное различиями в их социальных характеристиках.

В исследовании анализируется социально-пространственная сегрегация города по статусному признаку. Выявление социально-пространственной сегрегации города в нашем исследовании ведется через оценку процессов, происходящих на рынке первичной и вторичной жилой недвижимости. В качестве дифференцирующих индикаторов рынка жилой недвижимости были выбраны стоимость жилья и его престижность. Основной метод — цифровое картографирование (позволило зафиксировать сегрегацию через стоимость жилья), дополнительный — интервью с экспертами рынка жилой недвижимости (позволило зафиксировать сегрегацию через престижность).

Стоимость жилья. Для того чтобы зафиксировать социально-пространственную сегрегацию через стоимость жилья, отдельно были проанализированы первичный и вторичный рынки жилья. Для разделения жилых домов на группы мы взяли минимальную стоимость квадратного метра, которая отражает распределение жителей по социальному составу в пространстве города.

Первый этап исследования включал анализ только новостроек, поскольку именно рынок новой жилой недвижимости наиболее ярко от-

ражает процессы социально-пространственной сегрегации в городе. Для выявления особенностей социально-пространственной сегрегации Новосибирска через стоимость жилья на первичном рынке была сформирована база новых жилых домов и комплексов города, которая включает 198 объектов, введенных в эксплуатацию не ранее 2012 г. и еще полностью нереализованных, включая почти введенные в эксплуатацию и дома на стадии котлована. После разделения всех жилых домов и комплексов было получено шесть групп, разбитых по интервалам минимальной стоимости квадратного метра жилья. Затем эти группы были отражены на карте Новосибирска в программе 2ГИС[1], после чего полученное территориальное распределение было проанализировано.

Второй этап включал анализ вторичного рынка южной части Новосибирской агломерации (Советский район и г. Бердск, непосредственно граничащий с территорией Советского района). На данном этапе были проанализированы 759 объявлений о продаже жилья на вторичном рынке недвижимости на указанной территории, на основе которых были рассчитаны средние стоимости квадратного метра по 513 жилым домам. Все эти дома были промаркированы цветами по стоимости 1 кв. м. с шагом 10000 рублей и обозначены на интерактивной карте[2], затем на другой интерактивной карте[3] сгруппированы для наглядности, после чего полученное территориальное распределение было проанализировано.

Престижность жилья. Вторым индикатором, позволяющим фиксировать социально-пространственную сегрегацию, является престижность жилья — сравнительная оценка обществом или группами социальной значимости жилья — его позиции в ценностной системе, включая символическое значение.

Для того чтобы выявить особенности социально-пространственной сегрегации Новосибирска через престижность жилья, вторым этапом был проведен ряд экспертных интервью с представителями рынка недвижимости.

Как показал анализ интерактивных карт рынка жилой недвижимости и экспертных интервью, территория Новосибирска разбита на множество участков, районов, отличающихся друг от друга стоимостью и степенью

[1] 2ГИС — карта города со справочной информацией о городских объектах. В программе для персонального компьютера есть возможность дорисовать карту, что позволило нанести на нее территории с различной стоимостью жилья.

[2] Карту можно найти по ссылке: https://goo.gl/rhSvZG.

[3] Карту можно найти по ссылке: https://goo.gl/MNe8oG.

престижности. Данные территориальные единицы мы условно назвали «территориальными кластерами» как относительно гомогенные по стоимости и престижности и компактно расположенные участки города, как правило, застроенные жильем одного типа. Эмпирическим референтом территориального кластера выступает городской микрорайон или его часть.

Анализ выделенных территориальных кластеров позволил классифицировать их в семь типов, характерных для рынка жилой недвижимости: дорогостоящее жилье в центре города; дорогостоящее жилье за городом в наиболее благоприятных природных условиях; дорогостоящее жилье в уникальных районах (например, в районах, имеющих уникальный социальный состав жителей); жилье среднего класса недалеко от центра города; жилье среднего класса на периферии города; бюджетное жилье недалеко от центра города; бюджетное жилье на периферии города.

Кластерная модель социально-пространственной сегрегации выявляется при анализе и первичного, и вторичного рынка жилой недвижимости. На картах[1] видно, что разные микрорайоны между собой существенно различаются по стоимости жилья, но при более детальном анализе видны кластеры по стоимости и внутри микрорайонов.

Помимо создания карты новых жилых домов и кварталов мы также провели анализ способов, которыми поддерживается однородность жильцов территориального кластера, так называемых фильтров, обеспечивающих возможность вхождения в престижные городские сообщества.

На наш взгляд, можно выделить следующие фильтры: высокая стоимость жилья, улучшенная инфраструктура, высокие коммунальные платежи, статус дома клубного типа, принадлежность к профессиональной группе, принадлежность к социальной группе.

Конечно, нельзя говорить об абсолютной социальной гомогенности полученных территориальных кластеров, так как социально-пространственная сегрегация — это сложный многофакторный процесс, но выделение и изучение территориальных кластеров может в дальнейшем помочь в изучении особенностей формирования территориальных сообществ.

Использование цифрового картографирования позволило охватить аналитическим взглядом значительную территорию, которая при необходимости масштабировалась до более мелких участков; оперативно вносить коррективы; одновременно анализировать несколько слоев карты для выявления закономерностей.

[1] Карту можно найти по ссылке: https://goo.gl/MNe8oG.

Цифровое картографирование, интерактивная визуализация процессов, происходящих в пространстве мегаполиса — объективная необходимость и одновременно новшество в исследовательской практике. Это позволяет комплексно анализировать всю территорию города, что было труднодостижимым при использовании традиционных методов. На наш взгляд, использование данного подхода должно быть включено в актуальный портфель компетенций трансформирующейся профессии социолога.

Р. А. Смирнова, Т. В. Кузьменко, Т. С. Балакирева

ОСОБЕННОСТИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ЭКСПЕРТИЗЫ ОБЪЕКТОВ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ СОБСТВЕННОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ТОВАРНОГО ЗНАКА)

СМИРНОВА Розалия Андреевна — доктор философских наук, главный научный сотрудник, Институт экономики НАН Беларуси, Минск, Беларусь.
E-MAIL: socio@tut.by

КУЗЬМЕНКО Татьяна Викторовна — кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник, Институт экономики НАН Беларуси, Минск, Беларусь.
E-MAIL: kuzmenkot1@mail.ru

БАЛАКИРЕВА Татьяна Семеновна — научный сотрудник, Институт экономики НАН Беларуси, Минск, Беларусь.
E-MAIL: balakireva-7@yandex.ru

Аннотация. На примере конкретного товарного знака описан методологический подход, используемый при проведении социологической экспертизы сходства товарных знаков до степени их смешения. Раскрыта логика проведения социологической экспертизы сходства, заключающаяся в определении степени известности, выявлении факторов сходства и моделировании реальной и прожективной ситуаций. Показана несостоятельность исследовательского подхода, в основе которого лежит поиск респондентом отличий в деталях при проведении социологической экспертизы товарных знаков.

Ключевые слова: интеллектуальная собственность, товарный знак, социологическая экспертиза сходства, сходство до степени смешения, социологический опрос

Проблема заимствования товарных знаков приобретает сегодня особую остроту и актуальность для представителей бизнеса как на внешних рынках, так и внутри страны. С каждым годом растет количество судебных разбирательств по поводу защиты интеллектуальной собственности. Следствием недобросовестной конкуренции является потеря клиентов и, соответственно, значительные убытки для компаний. Чтобы защитить

себя от подрыва репутации и введения своих клиентов в заблуждение, компаниям приходится обращаться в суд.

Весомым аргументом в делах по защите объектов интеллектуальной собственности выступает социологическая экспертиза сходства товарных знаков до степени смешения. Задача социологов — убедительно доказать, что покупатель воспринимает товары как схожие и может их перепутать при совершении покупки, несмотря на их отдельные отличия. В этом плане социологический опрос является серьезным средством доказательства: при грамотном построении дизайна исследования и использовании релевантных методик он объективно показывает, как потребитель воспринимает происходящую ситуацию. Одним из недавних примеров успешного использования социологической экспертизы в защите товарных знаков послужил исследовательский проект, реализованный Группой по проведению социологической экспертизы объектов интеллектуальной собственности и экономико-правовых отношений под руководством Р. А. Смирновой ГНУ «Институт экономики НАН Беларуси» для группы компаний КАМАКО.

В 2016 г. на полках магазинов появился майонез «Провансаль Тот самый вкус!» компании АВС. Его упаковка была похожа на известную потребителям упаковку майонеза «Провансаль Столичный» от ТМ Камако (см. рис. 1). Чтобы доказать факт недобросовестной конкуренции, экспертная группа социологов в сотрудничестве с патентными поверенными разработала дизайн исследования, включающий два количественных опроса.

Рис. 1. Упаковки майонеза «Провансаль Столичный» от ТМ КАМАКО и«Провансаль Тот самый вкус!» компании АВС

Целью первого было изучение известности словесного обозначения «Тот самый вкус!» среди населения и определение степени идентификации товара с данным обозначением с конкретным производителем. Цель второго опроса — изучение особенностей восприятия респондентами вне-

шнего вида упаковок майонеза разных производителей, а также возможности их смешения. Оба опроса проводились по случайной маршрутной выборке (выборка репрезентативна по полу, возрасту, типу населенного пункта) методом личного интервью, инструментарий состоял из бланка интервью и карточек с изображением упаковок исследуемых товаров.

Ключевое значение в проведении подобных исследований имеет грамотное использование методологии и строгое соблюдение основных принципов определения сходства товарных знаков. Критерии сходства до степени смешения могут варьироваться в зависимости от вида товарного знака, но, так или иначе, сводятся к трем основным признакам [Смирнова, 2016]:

— смысловое сходство, когда сравниваемые обозначения выражают одинаковые или подобные идеи либо прямо противоположные идеи (например, «Монастырский» и «Монастырецкий»);
— звуковое сходство («Кларитин» и «Кларидин»);
— визуальное сходство, когда торговые марки формируют одинаковое зрительное впечатление с помощью дизайна, формы, шрифтов, цветовой гаммы.

Но для того, чтобы доказать возможность смешения потребителем двух товарных знаков, недостаточно просто спросить его об их сходстве. Одной из эффективных, «работающих» методик является моделирование в ходе опроса двух ситуаций: реальной и прожективной. При создании реальной ситуации выбора респонденту демонстрируется карточка с изображениями нескольких товаров, среди которых есть тот, сходство с которым доказывается. Его просят найти товар, о котором с ним говорили ранее. Если респонденты, которые в предыдущих вопросах ответили, что знают товар и ориентируются в данной товарной категории, указывают на товарный знак другого производителя, это является доказательством смешения товарных знаков в реальной ситуации. В прожективной ситуации возможность смешения оценивается по ответам респондентов на вопрос: «А могли бы Вы при покупке перепутать товар А и товар В?».

Результаты первого опроса позволили определить, что покупатели майонеза либо не знают производителя майонеза с обозначением «Тот самый вкус!», либо путают, указывая других производителей, в том числе и КАМАКО. В ходе второго опроса почти половина респондентов перепутали упаковки. Было установлено, что большинство считают упаковки похожими как в целом, так и по отдельным параметрам. Основными факторами сходства стали цветовая гамма, дизайн и расположение словесных

и изобразительных элементов на упаковках. Кроме того, в прожективной ситуации, когда респонденту демонстрировались две упаковки и задавался вопрос: «Могли бы Вы при покупке перепутать упаковки майонеза, изображенные на карточках?», большинство ответили утвердительно. Полученные данные выступили одним из весомых аргументов в доказательной базе компании КАМАКО, которая в результате выиграла суд.

Однако в 2017 г. история получила свое продолжение. Компания АВС внесла некоторые несущественные изменения в дизайн упаковки, а за поиском доказательной базы обратилась к одной из авторитетных социологических компаний. Логика исследования в данном случае строилась не на доказательстве сходства обозначений в целом, а на поиске респондентом отличий, наподобие игры «найди на картинках десять отличий». Совершенно естественно, что данные опроса подтвердили существование определенных отличий между упаковками. Действительно, если разбирать упаковки в деталях, то они различаются: у КАМАКО на упаковке стилизованный солнце-подсолнух, внутри которого написано слово КАМАКО, у АВС — подсолнух такой же цветовой гаммы, но в центре — фраза «Тот самый вкус» (тем же шрифтом); сходные по цветовому исполнению полосы по краям упаковки у АВС волнистые, а у КАМАКО — прямые (однако на мягкой упаковке майонеза ровные полосы становятся волнистыми) и т. п.

Применение подобной методики при проведении социологической экспертизы представляется необоснованным и социологически неверным. Во-первых, онтологически не существует абсолютно идентичных обозначений: сравниваемые упаковки изначально не являются одинаковыми. Кроме того, в магазинах, когда мы вынуждены принимать множество решений в течение нескольких минут, за наше внимание конкурирует огромное количество товаров. В результате в торговом зале люди склонны повторять ранее принятые, привычные для себя решения, ориентируясь не на отдельные детали, а воспринимая упаковку в целом. Выводы о том, что при совершении покупки мы видим вещи сквозь призму нашей памяти и действуем на основе привычки, подтверждаются многочисленными экспериментами маркетологов [Нордфальт, 2015]. Таким образом, логика построения дизайна исследования при проведении социологической экспертизы сходства товарных знаков основана на том, что всегда есть отличия, но они не влияют на восприятие респондентами их сходства в целом, которое может существенно влиять на покупательское поведение респондентов.

Именно на этих закономерностях, отражающих основные выводы и положения теории и практики социологии, психологии и маркетинга основан методологический подход, используемый авторами статьи и доказавший свою эффективность в результате проведения многочисленных исследований по социологической экспертизе объектов интеллектуальной собственности. Данный подход был использован авторами при проведении повторного исследования для компании КАМАКО. В ходе проведения республиканского социологического опроса с использованием аналогичного дизайна исследования были получены сопоставимые данные, которые стали, с одной стороны, доказательством смешения товарных знаков, с другой — свидетельством валидности и надежности используемых методик и инструментария. Компания смогла отстоять свои права в суде.

Список литературы

1. Нордфальт Й. Ритейл-маркетинг: Практики и исследования / пер. с англ. М. : Альпина Паблишер, 2015. 490 с.
2. Смирнова Р. А., Кузьменко Т. В., Балакирева Т. С. Бренды и товарные знаки как объекты социологического изучения в практике разрешения судебных споров // Социология. 2016. № 2. С. 132—139.

А. В. Михайлова

К ВОПРОСУ О ПРИМЕНЕНИИ КАЧЕСТВЕННЫХ МЕТОДОВ АНАЛИЗА В КРЕАТОСФЕРЕ

МИХАЙЛОВА Анна Викторовна — кандидат экономических наук, заведующая кафедрой социологии и управления персоналом, Северо-Восточный федеральный университет им. М. К. Аммосова, Якутск, Россия.
E-MAIL: mikanya23@mail.ru
ORCID: 0000-0002-3110-7017

Аннотация. В современном обществе наблюдаются вызовы, требующие внимательного изучения и осознания. С одной стороны, креативная и цифровая экономики являются драйвером развития общества, а с другой — отмечаются социальная нестабильность и неопределенность. В связи с этим необходимо сделать акцент на понимании сущности происходящих событий и использовать качественные методы анализа. В статье рассматриваются качественные методы анализа креатосферы. Опираясь на обзор основных подходов к пониманию разных аспектов креатосферы, автор предлагает ее определение и выделяет ее источники. Основу креатосферы составляют внутренний потенциал человека, его профессиональная самореализация и способность генерировать новые знания. Методология качественных методов исследования опирается на отдельные элементы общего, другими словами — состоит из отдельных фрагментов, помогающих собрать единую картину. В качестве примера приведено использование креативной памяти сообщества через призму креативной личности.

Ключевые слова: качественные методы анализа, социологические исследования, креатосфера, креативная экономика, творческие сообщества

В современном мире на первый план выходят понимание и осознание глубинных сущностей индивида и его социального окружения, использование различных социологических методов качественного анализа. Цифровые платформы и инфраструктура формируют основы цифровой, информационной, поведенческой, креативной экономики. Идет активное цифровое и информационное освоение пространства территорий, возникают понятия «цифровая капитализация» и «информационная рента».

С другой стороны, в мире по мере развития цифровой экономики нарастают риски технологической безработицы, возникают информационная асимметрия и общее социальное неравенство, риски неопределенности и неуверенности. Вызовом XXI века стала система глобального взаимодействия рационального использования природных ресурсов и сохранение уникальной экосистемы, в котором вектором развития является креативная сущность человека. Возникает потребность в разработке методологии, инструментов и механизмов адаптации к данным цифровым процессам, влияющим на социальную жизнь общества. Поэтому важно понимать субъективную сущность происходящих изменений. Для сохранения естественной среды обитания, изучения экосистемы и креатосистемы необходимы качественные методы социологии.

Креатосфера понимается по-разному, например, точка зрения кандидата экономических и философских наук А. А. Залетного связана с инновационным потенциалом, с возможностью общества отвечать вызовам XXI века «Потенциал хозяйственного развития — как воспроизводству имеющегося (что с 1990-х годов уже представляет собой отдельную проблему), так и созиданию нового, «инновационного» потенциала, отвечающего «велению времени» а при необходимости и превосходящего такое «веление»» [Залетный, 2015: 9].

Существуют разные подходы и точки зрения анализа и изучения элементов в креатосфере. Т. Качераускас обобщает основные подходы и делает вывод, что «Социология креативности охватывает разные вопросы творчества в контекстах психологии, педагогики, экономики, менеджмента, региональных исследований и т. д. Социология предполагает более или менее эмпирический подход к вопросам креативности, включая установление индексов креативности» [Качераускас, 2017: 35]. Ханс Йоас в своей работе «Креативность действия» указывает, что важно «человеческие действия в их креативности» [Йоас, 2005]. Действительно, основой креатосферы являются внутренний потенциал человека, его способность генерировать новые знания и профессиональная самореализация.

В литературе нет однозначного определения понятия «креатосфера», мы предлагаем следующую формулировку: креатосфера — это когда с помощью знаний создаются новые интеллектуальные ценности, инновации, гуманитарные технологии, совершенствующие и преображающие социально-экономическую действительность на территории проживания. На наш взгляд, источниками креатосфры в условиях социальных и технологических изменений являются:

— внутренний потенциал человека, его способность генерировать новые знания и профессиональная самореализация;
— три слагаемых креатосферы: ресурсы творческой деятельности, процесс творческой деятельности, продукты творческой деятельности;
— новые знания и творчество, активное познание в процессе деятельности;
— искусственный интеллект как основа цифровизации социальных процессов. (в креатосфере сила искусственного интеллекта отражает изменение ландашфта природы, последствия изменения климата, формируется системное изменение сложившегося уклада жизни, понимание и осознание сил природы и адаптация к ним);
— дивергентное и конвергентное мышление в сочетании с digital инструментами цифрового пространства позволяют строить вероятностные модели жизненных стратегий и установок. Социальные и технологические тренды формируют новые креативные поведенческие модели. Ядром данных моделей являются источники креатосферы, интегрированные в цифровое пространство креативного общества, а также учитывающие социальные преобразования.

Изучение влияния источников креатосферы должно опираться на качественные социологические методы исследования. В свою очереди, качественная методология базируется на отдельных элементах общего, другими словами, состоит из отдельных фрагментов, помогающих собрать единую картину жизненного мира. В настоящее время идет апробация применения качественных методов анализа при изучении источников и ценностей креатосферы.

Одним из качественных методов исследования креатосфры является изучение креативной памяти сообщества через изучение креативных личностей. Этому способствуют мемориальные мероприятия, акции, научные конференции, международные семинары и исследования. В Республике Саха (Якутия) с 2015 г. проходит в уникальное мероприятие в формате международного воркшопа «Аргуновские чтения».

«Аргуновские чтения» посвящены историку, социологу, педагогу, журналисту, переводчику, редактору, издателю, политическому и общественному деятелю, якутоведу Ивану Александровичу Аргунову. Он исследовал удовлетворенность жизнью, работой, условиями труда, быта и т. д., для чего он и его лаборатория разработали много опросников и анкет. Жизнь на Севере похожа на черновик, проявляя несовпадение желаний и реальности, образа мира и образа жизни. Данная идея была разработана

В. П. Серкиным и связана с анализом «северного невроза», «временщичества», «отложенной жизни», «северного сценария», «северного мифа» [Лапшов, 2014]. И. А. Аргунов провел социологический анализ понятия временщичества и синдрома «отложенной жизни» у северян — людей, годами живущих идеей переезда и считающих, что настоящая жизнь начнется у них когда-то потом.

Основные цели мероприятия «Аргуновские чтения»:

— создание условий для работы образовательной, коммуникативной и обменной площадки для научного и творческого общения молодых исследователей и творцов культурных художественных ценностей, работающих над актуальными проблемами социологии, истории, права, антропологии, педагогики и журналистики, созданием художественных текстов и образов;
— вовлечение активной молодежи, мыслящей смело, творчески и неординарно, в международное научно-образовательное сообщество;
— пропаганда, продвижение междисциплинарного подхода к социальным процессам на основе изучения трудов государственного деятеля, основателя региональных социологических исследований, историка, педагога и журналиста Ивана Александровича Аргунова» [Михайлова, 2016].

Креативная личность — Аргунов Иван Александрович — основатель региональной социологии, нового научного направления — междисциплинарного историко-социологического подхода к изучению социальных процессов у коренных народов. Идеи И. А. Аругнова получили развитие в трудах и идеях доктора социологических наук Винокуровой У. А., в методологии Indigenous methodology. Одним из важных концептуальных выводов определения источников креатосферы стал вывод о том, что для регионов Севера и Арктики со столь хрупкой социокультурной и экологической системой необходим постоянный диалог между фундаментальной и социальной наукой, культурологией и практиками культурного творчества. Ядром креатосферы и процесса развития являются качественные методы анализа.

Таким образом, требуют внимательного изучения применения качественных методов исследования в креатосфере.

Список литературы

1. Залетный А. Будущее Российской экономической системы: креатосфера как conditio sine qua non реиндустриализации // Проблемы теории и практики управления. 2015. № 1. С. 8—12.

2. Йоас Х. Креативность действия. М. : Алетейя. 2005, 320 с.
3. Канарш Г. Ю. Характерологическая креатология в социальных науках (на примере анализа капитализма) // Гуманитарные науки: теория и методология. 2011. № 3. С. 43—50.
4. Качераускас Т. Креативность и концепция креативного общества в социологии // Социологические исследования. 2017. № 10. С. 26—35.
5. Лапшов А. Ю. Феномен отложенной жизни — как жизненный сценарий личности в современном обществе // «На перекрестке континентов»: материалы XXXI Крашенник. чтений. Петропавловск-Камчатский, 2014. С. 237—243. URL: http://www.kamlib.ru/resourses/lapshov.htm (дата обращения 15.03.2018).
6. Михайлова А. В. Аргуновские чтения 2017. URL: www.s-vfu.ru/universitet/rukovodstvo-i-struktura/instituty/fei (дата обращения 10.02.2018).

Д. В. Моисеева, Н. В. Дулина, С. Н. Оводова, А. А. Попкова

ИНТЕРНЕТ-ОПРОСЫ СТУДЕНТОВ: ПРЕИМУЩЕСТВА И ОГРАНИЧЕНИЯ (НА МАТЕРИАЛАХ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)

МОИСЕЕВА Дарья Викторовна — кандидат социологических наук, доцент кафедры менеджмента и финансов производственных систем и технологического предпринимательства, Волгоградский государственный технический университет, Волгоград, Россия.
E-MAIL: Moiseeva-D@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-2044-3418

ДУЛИНА Надежда Васильевна — доктор социологических наук, профессор кафедры социологии, Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия.
E-MAIL: nv-dulina@yandex.ru

ОВОДОВА Светлана Николаевна — кандидат философских наук, доцент кафедры теологии и мировых культур, Омский государственный университет им. Ф. М. Достоевского, Омск, Россия.
E-MAIL: sn_ovodova@rambler.ru

ПОПКОВА Алена Анатольевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия.
E-MAIL: apopkova@yandex.ru

Аннотация. В статье представлен анализ опыта проведения межрегионального интернет-опроса студентов «Финансовая грамотность российского студенчества», определены основные преимущества и ограничения использования данной технологии социологического исследования при опросе студентов. Исследование было реализовано осенью 2017 г. параллельно в Волгограде, Омске и Тюмени, итоговым массив составил 1087 анкет. В исследованиях финансового поведения преобладают классические методы опросов. Сопоставление результатов интернет-опроса и телефонных (поквартирных) опросов позволят заключить, что данные, полученные разными способами, различаются незначительно и при отработке методики проведения интернет-опроса в качестве полученных результатов можно не сомневаться. Среди основных преимуществ интернет-опросов студентов можно выделить следующие моменты: простота организации опроса одновременно

в нескольких регионах, экономия ресурсов, скорость проведения, возможность сбора большого массива данных, оперативность учета количества ответов, контроль выполнения квот, возможность обсуждения деликатных тем. Особое внимание при организации подобных опросов надо уделить решению вопроса о добровольном вовлечении в опрос и ответственном отношении к его прохождению, способам доведения ссылки на опрос до студентов, учету специфики формы проведения опроса при составлении анкеты и формулировок ответов, вопросу обеспечения репрезентативности, обеспечения квот в связи со стихийностью выборки. Интернет-опросы студентов целесообразно использовать на этапе зондажных исследований, в образовательном процессе и организации информационной поддержки различных проектов (например, проект по повышению финансовой грамотности населения, Чемпионат мира по футболу и др.).

Ключевые слова: интернет-опрос, онлайн-опрос, исследования при помощи интернета, методика социологического исследования, студенты

Интернет-опросы широко используются в исследовательской практике и, как часто это бывает, практика опережает теорию. Российскими исследователями наработан значительный опыт в проведении интернет-опросов, решении ряда методических вопросов [Галицкий, Мальцева, 2013; Дулина, Шкурин 2017; Мавлетова, 2010; Малошонок, Терентьев, 2014; Некрасов, 2011; Стребков, 2010; Федоровский, 2015; Шкурин, 2015], а вот обсуждение теоретических и методологических вопросов встречается редко [Колозариди, 2017; Филиппова, 2000]. Как отмечают Е. Б. Галицкий и П. В. Мальцева, «несмотря на растущее число публикаций по онлайн-исследованиям, наблюдается недостаток теоретических и эмпирических работ, затрагивающих их фундаментальные основы» [Галицкий, Мальцева, 2013: 8]. Неоспоримые преимущества интернет-опросов на фоне кажущейся простоты их реализации актуализируют необходимость научного обсуждения вопросов обеспечения качества данной технологии социологических исследований. Специалисты, работающие с данной технологией, приходят к выводу, что «результаты продуманного и качественно реализованного онлайн-опроса не отличаются от данных, полученных при помощи привычных нам бумажных опросов» [Некрасов, 2011: 73]. Следовательно, разработка методологии и совершенствование методики интернет-опросов необходимы для расширения круга качественных социологических исследований и доступности их

результатов для широкого круга заинтересованных лиц. В данном случае показателен пример массовых опросов студентов, реализованных Российским обществом социологов, результаты которых размещены в свободном доступе. В рамках данной работы нам хотелось бы поделиться опытом реализации межрегионального интернет-опроса студентов.

Осенью 2017 г. мы организовали интернет-опрос студентов трех городов — Волгограда, Омска и Тюмени. Цель исследования: изучение финансовых практик российских студентов, их информированности и вовлеченности в проект «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации». Результаты опроса оставим за рамками данной работы, а уделим внимание преимуществам и ограничениям выбранной нами технологии проведения социологического исследования.

Полагаем, что к преимуществам проведения интернет-опросов студентов можно отнести следующее:

— простота организации опроса одновременно в нескольких регионах, экономия ресурсов, скорость проведения (платформой опроса послужили Google-формы);
— возможность сбора большого массива данных (в ходе контроля качества заполнения анкет в итоговый массив было отобрано 1087 документов);
— оперативность учета количества ответов, контроль выполнения квот;
— возможность обсуждения деликатных тем, в нашем случае это были вопросы о финансовой грамотности.

К ограничениям проведения интернет-опросов студентов мы бы отнесли следующее:

— Решение вопроса о добровольном вовлечении в опрос и ответственном отношении к его прохождению. Хорошо этот вопрос решается при грамотной организации работы со старостами академических групп: ссылка отправляется старостам, которые размещают ее в студенческих сообществах (Вконтакте, Viber, Watsapp) с мотивирующими комментариями.
— Кажущаяся доступность студентов для преподавателей. С одной стороны, казалось бы, просто обратиться к студентам с просьбой принять участие в опросе, но при тематике, которая совсем не интересует студента, отклик будет невелик. Принудительное вовлечение к участию в опросе (во время проведения занятий

в аудитории) может быть негативно воспринято как студентами, так и преподавателями, не имеющими отношения к опросу. Это чревато намеренным искажением данных, прерыванием опросов, неоднократным участием (с целью «помочь» преподавателю). Кроме того, в современных условиях остро стоит вопрос о посещаемости занятий как студентам очной, так и заочной формы обучения.

— Необходимость учета специфики формы проведения опроса при составлении анкеты и формулировок ответов. Подавляющее большинство студентов заполняют анкеты интернет-опроса с использованием мобильных гаджетов, следовательно, лучше избегать длинных формулировок как вопросов, так и ответов. Большое число вопросов, монотонность анкеты при отсутствии контроля за ходом заполнения со стороны преподавателя могут вызвать массовое прерывание ответов в ходе заполнения анкеты.

— Вопрос обеспечения репрезентативности, обеспечения квот в связи со стихийностью выборки. В ходе нашего опроса были выдержаны не все квоты и потребовалась процедура перевзвешивания.

Представленный перечень преимуществ и недостатков интернет-опросов студентов не является исчерпывающим, но в силу ограниченности формата данной работы остановимся на нем.

Заканчивая представление нашего опыта проведения онлайн-опроса, хотелось бы обратить внимание на ряд направлений, где такие «показаны» к использованию. Во-первых, это пилотажные исследования. Во-вторых, в образовательном процессе (простота демонстрации исследования полного цикла, разворачивание идеи исследования от простого к сложному, обсуждение сложностей организации качественного социологического исследования, отсутствие рутинных процедур сбора и обработки информации). Наконец, в-третьих, просветительская, информационная функция, которую реализуют социологические исследования. Так, в ходе нашего опроса более тысячи студентов и несколько десятков преподавателей в трех регионах России узнали о реализации федерального проекта «Содействие повышению уровня финансовой грамотности населения и развитию финансового образования в Российской Федерации».

Список литературы

1. Галицкий Е. Б., Мальцева П. В. Потенциальные источники ошибок в данных онлайн-исследований // Практический маркетинг. 2013. № 10 (200). С. 2—8.

2. Дулина Н. В., Шкурин Д. В. Из опыта Российского общества социологов по организации и проведению массовых опросов современной студенческой молодежи России // Primo aspectu. 2017. № 4 (32). С. 34—40.
3. Колозариди П. В. Интернет-исследования как направление социальных наук (теоретико-методологический анализ : автореферат дис. … канд. социологических наук / Нац. исслед. ун-т «Высш. шк. экономики». Москва, 2017.
4. Мавлетова А. М. Социологические опросы в сети Интернет: возможности построения типологии // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2010. № 31. С. 115—134.
5. Малошонок Н. Г., Терентьев Е. А. Влияние дизайна анкеты на качество данных в онлайн-опросах студентов // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2014. № 6 (124). С. 15—27.
6. Некрасов С. И. Сравнение результатов онлайн- и оффлайн-опросов (на примере анкет разной сложности) // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2011. № 32. С. 53—74.
7. Стребков Д. О. Познавательные возможности онлайн-опросов в российской исследовательской практике (на примере опроса Интернет-фрилансеров) // Социология: методология, методы, математическое моделирование. 2010. № 31. С. 135—161.
8. Федоровский А. М. Качество онлайн-опросов. Методы проверок// Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2015. № 3 (127). С. 28—35.
9. Филиппова Т. В. Интерактивная коммуникация в эмпирической социологии (опыт социологического анализа Интернет-опросов) : дисс. … канд. социологических наук / Российский государственный гуманитарный университет. Москва, 2000.
10. Шкурин Д. В. Сравнительная оценка качества данных офлайн и онлайн-опросов // Дискуссия. 2015. № 8. С. 101—105.

В. А. Шведовский

ОПЫТ МОДЕЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ ОТБОРА ПРОЕКТОВ ЭКСПЕРТНЫХ РЕШЕНИЙ ПО УПРАВЛЕНИЮ МАКРОЭВОЛЮЦИЕЙ РОССИЙСКОГО СОЦИУМА

ШВЕДОВСКИЙ Вячеслав Анатольевич — доктор социологических наук, доцент кафедры вычислительных методов факультета вычислительной математики и кибернетики, МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия.
E-MAIL: mamosp@mail.ru

Аннотация. На базе опытной эксплуатации макета системы экспертного прогноза с использованием математического моделирования — «планшета для построения дорожных карт» — излагаются результаты применения этого инструмента. Были проведены вычислительные эксперименты с параметрическими образами проектов, например, Центра стратегических разработок и Столыпинского клуба, повышения эффективности российской системы общественного воспроизводства. В целях отбора среди них оптимальных социально-экономических решений рассчитывался в качестве прогноза макроэволюции общественного воспроизводства России социально-экономический фон — «ландшафт» для «дорожных карт». Ключевым отличием этого подхода является преодоление экономикоцентризма указанных проектов. Его суть в том, что многократным применением метода неопределенных множителей Лагранжа рассчитывались зоны устойчивых и неустойчивых состояний баланса экономической эффективности и социальной справедливости. Задавая те или иные экспертные параметры предлагаемых проектов, автор вычислял эволюционные траектории российского социума, для каждой из которых рассчитывался по близости к зонам неустойчивости текущий индекс социальной взрывоопасности, который и служил критерием отбора.

Ключевые слова: экспертное прогнозирование, моделирование, система общественного воспроизводства, социальная справедливость, экономическая эффективность, ловушка социального взрыва, антикризисные проекты, планшет

Благодарность. Работа выполнена при частичной поддержке грантов РФФИ-16-01-0100306 и 17-01-00390.

Цель разработки. На конкретном примере вычислительных экспериментов с балансами социальной справедливости и экономической справедливости, удерживающими доверие российского социума к социальному порядку в условиях изменения макропараметров *системы общественного воспроизводства (СОВ) при реализации проектов,* показать возможность представления экспертных прогнозов *ее устойчивой эволюции* на макете «планшета дорожных карт».

В работе [Шведовский, 2016] была показана принципиальная возможность удерживать ситуацию развития СОВ без сползания к социальному взрыву. Накопленный совокупный потенциал эволюционного развития СОВ России позволяет формулировать *динамический критерий «как ставить и искать конструктивное решение проблемы последовательного смещения упомянутого баланса от менее справедливого, но «терпимого», к более справедливому»*, отвечающему большему объему произведенных благ и более точному их распределению в рамках названного критерия.

Постановка задачи. Общий подход и постановка задачи в данном исследовании адекватны подходу и постановке задачи в работах [Шведовский, Стандрик, 2017]. Это значит, что в основу исследования указанного баланса полагается функциональное уравнение для факторов — «истоков» произведенных благ и их «стоков» в сферы приложения, — в виде уравнения в частных производных первого порядка (у. ч. п. п. п.), заданного в неявном виде:

$$\Phi(K, L, I, F(K, L, I), p_I, , p_i, p_k) = 0, \quad (1)$$

где K — капитал;

L — труд;

I — знание, измеряемое годовым объемом информации, используемой в СОВ;

$F = F(K, L, I)$ — национальный доход;

$\partial F/\partial K = p_K$ — ставка % на кредит;

$\partial F/\partial L = p_L$ — средняя зарплата;

$\partial F/\partial I = p_i$ — усредненная цена ПК;

I — годовой объем обрабатываемой информации в России — байт/год.

Как показано в [Шведовский, 2007], в соответствие (1) *ставится система обыкновенных дифференциальных уравнений (ОДУ) характеристик* при условии $\partial\Phi/\partial F \neq 0$, вытекающем из теоремы о неявной функции. Это интерпретируется как *необходимость социального неравенства* для

эффективности экономики. Тем самым показывается невозможность только экономикоцентричного моделирования эволюции общественного воспроизводства и обязательный учет такой социальной переменной, как социальное неравенство. Но из теоремы о неявной функции не следует его конкретный вид. Для его выявления автор предположил линейную зависимость от индекса Джини: $\partial\Phi/\partial F = \alpha(G_0 - G)$ и включил ее в систему ОДУ так, что α и G могут быть определены при решении системы уравнений, при этом $G_0 = 0.4$ — порог оправданного социального неравенства [Кирута, Шевяков, 2009].

В итоговой модели социально-экономического фона российского социума учитываются: *два потенциала* — экономический и социально-психологический для расчета баланса социальной справедливости и экономической эффективности; *двухчастная структура социума*: трудящиеся и элита — определяются *два конкурирующих процесса*: «занятости» и «бегущего из страны капитала»; *две основные ценностные ориентации*: «social and economical mans» [Шведовский, 2017].

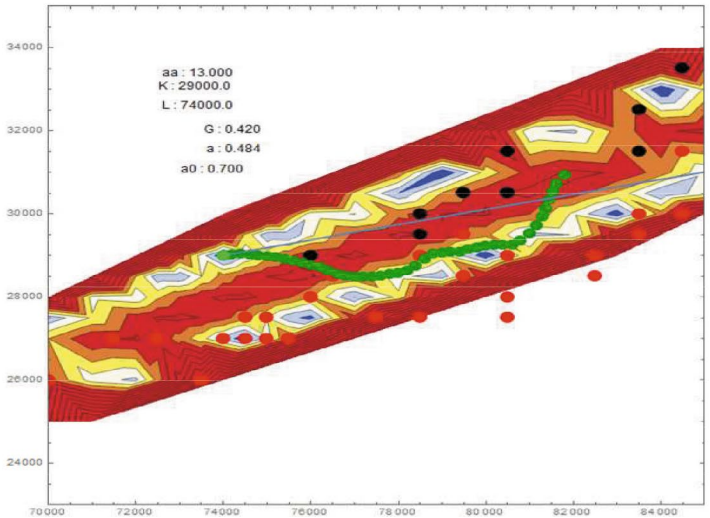
Результаты вычислительных экспериментов с моделями и их интерпретация. По ключевым макропараметрам рассматривались четыре антикризисные программы: Центра стратегических разработок (А. Кудрина), Экономики роста (Б. Титова), программы С. Глазьева и автора — «А». Две программы были отвергнуты: Титова — из-за утопического (в силу неучета «порога Кируты-Шевякова» $G_0 = 0{,}4$) снижения социального неравенства — к 2025 г. до $G = 0{,}32$ с $G > 0{,}41$ в 2017 г.; Кудрина — из-за возрастания угрозы социального взрыва в силу роста социального неравенства из-за пенсионной реформы (выход на пенсию в 63 года при продолжительности жизни мужчин 64,7 лет). В итоге обсчитывалась программа пресечения вывоза капитала С. Ю. Глазьева и ее усиленный вариант в «А», с учетом эксклюзивной политики государства по рефинансированию ИТ.

На рис. 1 черными кружками изображены «ловушки социальных взрывов», *формирующиеся из-за неучета нелинейных эффектов, которые могут возникать в силу* одновременного стечения нескольких обстоятельств, например: значительного «бегства российского капитала за рубеж», приведшего к существенному сокращению рабочих мест, отсутствия инвестиционных резервов, компенсирующих предыдущую ситуацию.

Ось X — численность занятого населения (L), ось У — капитал, вложенный в общественное производство (K), по оси Z отложены значения функции, которые позволяют определять зоны устойчивости и неустой-

чивости. Перед построением «дорожной карты» экспертами определяется стартовое значение (*L*, *K*). На «карте» имеется заметное число зон неустойчивости эволюции общественного воспроизводства, отмеченных жирными черными точками. Толстая нелинейная кривая означает проложенный маршрут эволюции, удаленный от «ловушек социального взрыва», но приближенный к зонам максимального — в данных исторических рамках — благосостояния социума.

Итоговое построение маршрута «А» на «дорожной карте»



18

Рис. 1. Расчет планшета «дорожной карты» с определением на ней маршрута эволюции СОВ без сползания в «ловушки социальных взрывов»

На рис. 2 представлен график индекса социальной взрывоопасности. Этот индекс рассчитывался для каждого текущего момента времени *t* как расстояние на графике рис. 1 от текущей точки (K_t, L_t) — траектории на «дорожной карте» до ближайшей точки минимума функции благосостояния $Z(K, L)$ с координатами (K_i, L_i).

Заключение

— Построен макет «планшета» социально-экономического фона, позволяющий экспертам выстраивать «дорожную карту» для отработки маршрутов макроуправления эволюцией СОВ без сползания в ловушки «социального взрыва».

— Использование математической модели для генерирования изменяющегося социально-экономического фона экспертного прогноза существенно повышает степень его вариативности для выбора ЛПР спектра эволюционных траекторий.
— Показан пример расчета на «планшете» рекомендаций для ЛПР на основе отбора проектов: у программы С. Глазьева более низкое значение индекса взрывоопасности, но проект «А» обеспечивает больший инвестиционный рывок.

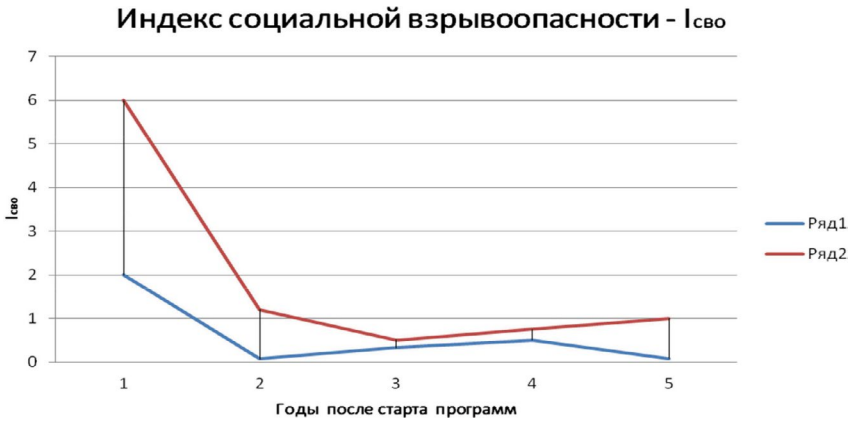


Рис. 2. Проложенный маршрут «дорожной карты» осуществлялся в двух вариантах: стратегия Глазьева и стратегия «А». Для каждой из них рассчитывался индекс взрывоопасности: нижняя кривая для стратегии С. Глазьева

Список литературы

1. Кирута А.Я, Шевяков А. Ю. Неравенство, экономический рост и демография: неисследованные взаимосвязи. М. : М-Студио, 2009.
2. Шведовский В. А. Условия баланса социальной справедливости и эффективной экономики в общественном воспроизводстве современной России // Тезисы докладов на VI Международной Грушинской конференции. М. : АО «ВЦИОМ», 2016. С. 215—222.
3. Шведовский В. А. Фильтрующая роль культурных кодов в выборе вектора преобразований социума России // Представительная власть — XXI век. 2017. № 4 (155). С. 21—29.
4. Шведовский В. А., Стандрик А. С. Опыт построения основы для планшета «дорожных карт» — инструмента экспертного прогнозирования // Материалы VII международной социологической Грушинской конферен-

ции «Навстречу будущему. Прогнозирование в социологических исследованиях» / отв. ред. А. В. Кулешова. М. : АО «ВЦИОМ», 2017. С. 1527—1532.
5. Шведовский В. А. «Внутреннее обоснование» социальных переменных в динамической модели системы общественного воспроизводства // Математическое и компьютерное моделирование социально-экономических процессов. М. : ЦЭМИ РАН. 2007. Вып. 4. С. 71—84.

И. К. Масалков

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНОСТЬ КЛИНИЧЕСКОГО ПОДХОДА В СОЦИОЛОГИИ

МАСАЛКОВ Игорь Константинович — кандидат философских наук, доцент, социологический факультет, МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия.
E-MAIL: home@home.soc.msu.su

Аннотация. Проект социологии как науки постоянно изменяется. На смену академическому подходу пришел социальный заказ на социальную инженерию и консалтинг. Границы профессиональной идентичности социолога постоянно перекраиваются. Автор подробно останавливается на таких важных направлениях, как фантазии о собственном всемогуществе человека и психологизм, психоанализ З. Фрейда в понимании социальных явлений, социология бессознательного, принятие психоанализа на вооружение социологами-клиницистами.

Ключевые слова: проект социологии, границы профессиональной идентичности социолога, психологизм, Фрейд, психоанализ, клиническая социология, теория личности, социология бессознательного

Социология как наука, по замыслу ее создателей, должна была описывать движущие силы развития общества и фазы его изменения. Ее чисто академический подход, да еще с позиций объективизма, резко сокращал возможности изменить что-либо. В наши дни происходит переориентация социального заказа на исследователей, умеющих на практике доказать действенность своих знаний. Дискуссии на Грушинской конференции вокруг профессионального стандарта социолога красноречиво свидетельствуют об этом. Унылому бормотанию «кабинетного теоретика» академического толка, который ни разу в жизни не вышел за порог храма науки, сегодня противостоит фигура социолога — носителя принципиально новых умений, которые во многом становятся мультидисциплинарными, соединяя в себе множество компетенций — от социального ученого до консультанта по личностному развитию и управленческому консультированию. Заказчик уже ждет от него не только варианты «решений», но и варианты содействия желаемым изменениям.

На стадии становления границы профессиональной идентичности социолога подвергались ревизии еще в начале прошлого века. Социология, создавая из себя независимую и сильную, а иногда и даже с претензией на дисциплину с имперскими амбициями науку, испытала потребность отмежеваться от других гуманитарных наук. На нее особое влияние оказывала и продолжает по сегодняшний день оказывать психология. Чтобы понять общество, нужно понимать мотивы населяющих его индивидов. Сторонники психологизма полагают, что человеческая личность является главной движущей силой истории. Речь идет о нарциссической природе человека, о его фантазии о собственном всемогуществе, основанной на вере в неограниченные способности человека при самореализации вне всякой зависимости от исторического и социального контекста.

Уже к середине XX века практикующие социологи всего мира констатировали актуальность взглядов З. Фрейда на человека, личность, поведение, на использование в исследованиях применительно к индивиду, группе и обществу в целом таких понятий, как «желание», «амбивалентность», «символическое», «перенос», «контрперенос», «вытеснение», «эдипов комплекс», «эрос», «танатос», «сублимация».

На примере французской клинической социологии мы можем видеть тот вклад, который в первой половине XX века внес психоанализ Фрейда в понимание социальных явлений. Наши западные коллеги уже давно поняли, что то, что говорит пациент, лежа на знаменитом диване психоаналитика, по своему осмыслению выходит далеко за рамки чисто терапевтических сеансов. В своем субъективном дискурсе он говорит также и об обществе, о социальном. Социальные факты преломляются сквозь призму психики, поэтому научиться читать слова пациента сквозь сетку социологических координат — вот постановка актуальной и захватывающей задачи [Gaulejac, 2009].

Психоанализ Фрейда внес большой вклад в разработку междисциплинарной работающей теории личности, так как он является одновременно:

— теорией личности и ее развития,
— методом исследования личности,
— клиническим методом терапии с его богатым накопленным эмпирическим материалом,
— методом социальной интервенции в ограниченном масштабе.

Не следует забывать, что психоанализ — это изначально метод продолжительного лечения, который обладает освобождающим от недугов потенциалом и приводит к изменениям в структуре личности. С помощью

психоанализа человека корректирует свое отношение к жизни в обществе. Для социолога очень важно, что с его помощью открывается целый арсенал методов, при использовании которых человек начинает воспринимать себя как субъект.

Социологический проект не был завершен Фрейдом, но он, тем не менее, вдохновил развитие концепций, направленных на социальное изменение. Особое внимание учеников и последователей Фрейда, к числу которых можно отнести А. Адлера, К. Юнга, было также уделено применимости психоанализа в поле социальных исследований и интервенций.

Французский автор Марсель Мосс в своей масштабной работе «Социология и антропология» (1902—1938) наметил контуры социологической дисциплины, объектом которой является живое, постоянно ускользающее от любой попытки формализации коллективное бессознательное. Он провозгласил создание социологии бессознательного.

В наши дни психоанализ в науках о человеке и обществе справедливо называют прародителем качественных методов исследования. При первом же обращении к бессознательному с его турбулентным характером начинающий психоаналитик, как и социолог-клиницист, с удивлением констатирует, что все попытки предварительной рационализации могут оказаться несостоятельными, а практика выдвижения предварительного объяснения ведет исследователя чаще всего к разочарованию.

Приверженцы биографического метода в современной социологии могут только мечтать о мастерстве психоаналитического прочтения биографических интервью, где каждая мелочь оказывается наделенной глубоким смыслом и заслуживает тщательной интерпретации. Происходящее на «другой сцене» [Шутценбергер, 2009], где властвует мир бессознательного, представляет интерес и вызывает оцепенение: какие ловушки скрывает эта латентная сторона, что скрыто за явным дискурсом и каким образом бессознательное подчиняет нас своим законам?

Р. Хиншелвуд выделяет следующие аспекты психоаналитически ориентированного подхода, которые были приняты качественной, а затем и клинической социологией [Hinshelwood, Stogstad, 2000: 17]:

— равномерно распределенное внимание, непредвзятое наблюдение;
— тщательное исследование субъективного опыта наблюдателя;
— способность рефлектировать и размышлять об опыте в целом;
— принятие во внимание бессознательной размерности наблюдаемых явлений;

— работа с различными интерпретациями, которые позволяют верифицировать или фальсифицировать заключения аналитика.

В последнее время взятый на вооружение социологами-клиницистами психоанализ все чаще выступает в качестве особой методологии социального консультирования в самых различных областях знаний — менеджменте, политологии, рекламе, стратегическом планировании, театре, кино. В режиме социальной терапии они активно консультируют организации, политические движения, исследуют социальные конфликты. Потребность в подобном роде работы чрезвычайно велика в нашем обществе.

Список литературы

1. Шутценбергер А. А. Синдром предков. Трансгенерационные связи, семейные тайны, синдром годовщины, передача травм. М.: Изд-во Института Психотерапии, 2009.
2. Gaulejac V. (de) La société malade de la gestion. Paris: Points-Seuil, 2009.
3. Hinshelwood R. D., Stogstad W. The method of observing organizations. Hinshelwood R. D., Stogstad W. (eds) Observing Organizations. London: Routledge, 2000.

Социология межнациональных отношений и проблемы идентичности

Л. М. Дробижева

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ И ЗАДАЧИ НА БУДУЩЕЕ

ДРОБИЖЕВА Леокадия Михайловна — доктор исторических наук, профессор, главный научный сотрудник, руководитель, Центр исследования межнациональных отношений, Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия; профессор-исследователь, НИУ ВШЭ, Москва, Россия.
E-MAIL: drobizheva@yandex.ru

Аннотация. Рассматриваются особенности тематического репертуара и представлений о предмете и объекте этносоциологии, основные направления исследований, сходства и различия с западной социологией расовых и этнических отношений. Определены направления, которые требуют изучения.

Ключевые слова: этносоциология, социология расовых и этнических отношений, интеграция, гражданская и этническая идентичность, неравенства, межэтнические отношения, межэтнические конфликты, безопасность, адаптация и интеграция мигрантов, методология и методика этносоциологических исследований

Развитие социологических исследований в области межэтнических взаимодействий определяется потребностями общества находить ответы в сложных, противоречивых обстоятельствах роста этнической идентичности в условиях глобализационных процессов, когда переосмысливается однонаправленный тренд общественного развития, растет понимание его нелинейности, многовариантности в разных социокультурных средах.

Мы остановимся на уточнении объекта и предмета социологии межнациональных отношений в свете современных теоретических представлений, развитии ее предметных областей, проблемах, требующих дополнительного теоретического осмысления и совершенствования исследовательских методов, актуальных вопросов исследований.

В последнее десятилетие расширилась сфера изучения социальной реальности. К сложившимся с 1970-х годов направлениям изучения

динамики социальной структуры, социальной обусловленности культуры, социальных аспектов языкового поведения [Бергер, Лукман, 1995], межэтнических отношений и этнической идентичности в поле изучения в 1990-е годы вошли новые темы — роли социальных и политических факторов в межэтнических конфликтах, причины национализмов и их следствия, роль элит в этнической мобилизации, этнократии. В 2000-е годы к ним добавилась тематика соотношения гражданской и этнической, религиозной идентичности, проблемы новых аспектов социального неравенства, влияния постконфликтных ситуаций на межэтнические отношения, этнических аспектов безопасности, социальные проблемы и культурная дистанция, проблемы мигрантов, беженцев, адаптации и интеграции внутренних и внешних мигрантов, этнических меньшинств, русской диаспоры.

В 1970-х годах Ю. В. Арутюнян, Ю. В. Бромлей и О. И. Шкаратан определяли этносоциологию как пограничную дисциплину, изучающую этносоциальные процессы в разных этнических средах и этнические процессы в социальных группах [Бромлей, 1977; Арутюнян, Дробижева, 2014]. Но тогда под узкосоциальным понималось то, что было связано с социальной структурацией — классами и слоями[1]. Это оставляло за пределами предметного поля темы, которые начали изучаться в ходе этносоциологических исследований с конца 1980—1990-х годов: изучение движущих сил в национальных движениях, межнациональных конфликтах, мобилизующие действия этнически акцентированных элит, реакции этнических установок людей на относительную депривацию, политическую трансформацию, проявлений этницизма, этноцентризма и национализма, сепаратизма и сецессии, противоречия в соотношении демократии и национализмов. Это приводило к очевидному перемещению этносоциологии из междисциплинарного пограничного направления в одну из отраслей социологии, что и констатировалось в книге «Этносоциология в СССР и постсоветской России» [Дробижева, 1996]. Встраиваясь в социологические парадигмы, автор определяла предмет этносоциологии как дисциплину, изучающую социальные события, процессы, связи, взаимодействия, явления, происходящие в этнически маркированном социальном пространстве [Дробижева, 2006: 92]. Предмет конкретизируется при изучении тех или иных вышеперечисленных тем,

[1] Об этом писал и О. И. Шкаратан, с которым Ю. В. Бромлей обсуждал эти вопросы. См. [Радаев, Шкаратан, 1996: 16].

но в целом это этнически маркированное социальное пространство. В понимании социального пространства мы солидаризируемся с П. Бурдье, П. Штомпкой и В. Ильиным.

Уже в начале 1990-х годов стало очевидным, что в социальных науках утверждается представление об этничности как о гибком разноуровневом и зависимом от социального и политического контекста явлении [Винер, Дивисенко, 2015]. И понятие «этническая группа» как объект исследования мы можем использовать с пояснением, что этничность не всегда и не обязательно подразумевает четкое разграничение групп [Jenkins, 1997; Барт, 2006]. Люди в разной мере в разных ситуациях ощущают связи по этничности, а сама этничность может иметь другие способы выражения. Поэтому поясняли, что этнические связи могут отличаться по степени того, насколько они объединяют людей. Это могут быть этнические категории, этнические сети, этнические ассоциации и этнические общины [Handelman, 1977].

Еще сложнее стало определять объект исследования после ставшей широко известной публикации Р. Брубейкера «Этничность без групп» [Брубейкер, 2012]. Однако стремление уйти от группизма не избавляло исследователей от необходимости в ходе проведения исследований определить объект изучения при конкретизации выборочной и генеральной совокупности. В одних исследованиях объектом описываются просто называемые национальности — «коми, русские в Республике Коми», «татарские студенты в Перми», в других говорится о группах в значении этнической категории, сформированной по принципу соотнесения с ней респондентами. При этом мы стараемся подчеркнуть, что в таком значении группа не представляет общности с жесткими социальными связями.

Позитивным сдвигом в методике этносоциологических исследований стало все более часто встречающееся совмещение количественных и качественных методов, прежде всего использование глубинных интервью и фокус-групп. Появились работы, где специальной задачей ставится валидизация количественных методов, делаются попытки триангуляции в исследованиях.

За последние три года — с 2015 по 2018 гг. — в социологических журналах «Социологические исследования» (Социс), «Социология и социальная антропология», «Мир России», «Этнографическое обозрение», «Гуманитарий Юга России» вопросам теории было посвящено 16 статей с учетом тех, в которых теоретические проблемы рассматривались на примере специальных тем, идентичности, интеграции в полиэтниче-

ских пространствах, адаптации и интеграции мигрантов, т. е. внимание к теоретическим вопросам возросло (с 1991 по 2014 гг. таких статей было меньше, чем за последние два года) [Интервью…, 2002].

Наибольшее число статей из тех, что были опубликованы по направлениям исследований, было посвящено проблемам, связанным с притоком мигрантов — 45 статей.

Как и в предшествующие годы, лучше всего представлены темы, связанные с изучением идентичностей — общероссийской, этнической, региональной (26 статей) и межэтнических отношений (33). Межэтнические отношения чаще всего рассматривались на личностном и групповом уровне и реже — на институциональном или в связи с ним. В изучении этой проблемы мы тесно взаимодействуем с этнопсихологами. Отличие этносоциологов в том, что в их исследованиях относительно больше уделяется внимания социальной обусловленности этноцентризма, аутгруппового негативизма, ингруппового фаворитизма, равенства возможностей при трудоустройстве, доступе к власти.

Нечетко, но просматривались фокусы исследовательских интересов: у одних авторов — на факторах межэтнических напряжений, у других — на факторах, обеспечивающих межэтническое согласие. В целом это обеспечивало более объективное отражение процессов межэтнических взаимодействий. С точки зрения представленности этноконтактных ситуаций отношения между людьми российских национальностей чаще рассматривались на примерах взаимодействий с «представителями» северокавказских республик, а отношения с внешними мигрантами — на примере прибывающих из среднеазиатских государств и Закавказья, которые попадали в «образ врага». Редко изучались этнополитические напряжения, национализмы.

Специальной тематикой оставалось изучение межэтнических конфликтов, экстремизма. Новым здесь был сильный акцент на безопасность.

Тема, которая на первом этапе становления и развития этносоциологии была практически доминантной, — социальная дифференциация этнических полей (тогда писали о социальной структуре наций), теперь представлена темой социального неравенства, социальной мобильности и очень редко — представленностью людей тех или других национальностей в социально-профессиональных сообществах (как об этом пишет, например, С. Я. Сущий), всего таких статей было опубликовано 10.

Этносоциологическим аспектам языковых ориентаций и поведения было посвящено за последние три года 10 статей.

Любопытно, что мировая социология нашего направления начиналась с изучения конкретных групп (У. Томас и Ф. Знанецкий изучали польских крестьян в Европе и Америке [Thomas, Znaniecki, 1996]), на начальном этапе в нашей стране тоже изучали татар и русских в Татарской АССР, эстонцев и русских в Эстонии и т. д. Теперь социологическое изучение групп встречается сравнительно редко — 8 статей, так же, как и конкретных регионов — 7. Изучаются социальные проблемы.

Над чем надо серьезно работать, так это над выполнением наших исследований на таком уровне, чтобы можно было легче использовать их результаты в социальной практике.

Список литературы

1. Арутюнян Ю. В., Дробижева Л. М. Пройденные пути и некоторые проблемы современной российской этносоциологии // Социологические исследования. 2014. № 7. С. 102—112.
2. Барт Ф. Этнические группы и социальные границы: Социальная организация культурных различий : Сборник статей / под ред. Ф. Барта; пер. с англ. М. : Новое издательство, 2006. 200 с.
3. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания / пер. с. англ. Е. Руткевич. М. : Медиум, 1995. 323 с.
4. Бромлей Ю. В. К вопросу об особенностях этнографического изучения современности // Советская этнография. 1977. № 1. С. 3—18.
5. Брубейкер Р. Этничность без групп / пер. с англ. И. Борисовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 408 с.
6. Винер Б. Е. Дивисенко К. С. Российская этносоциология: границы, исследовательские области и исследовательские группирования // Социология науки и технологий. 2015. Т. 6. № 4. С. 177—196.
7. Дробижева Л. М. Этносоциология в СССР и постсоветской России // Социология в России / под ред. В. А. Ядова. М. : Издательство «На Воробьевых» ; Институт социологии РАН. 1996. С. 195—214.
8. Дробижева Л. М. Методологические проблемы этносоциологических исследований // Социологический журнал. 2006. № 3/4. С. 92
9. Интервью с профессором Томасом Лукманом // Журнал социологии и социальной антропологии. 2002. Т. V. № 4. С. 7—8.
10. Радаев В. В., Шкаратан О. И. Социальная стратификация. М. : Аспект-Пресс, 1996.

11. Thomas W. I., Znaniecki F. The Polish Peasant in Europe and America. Vol. 2. University of Illinois Press, 1996 [1918].
12. Handelman D. The Organization of Ethnicity. *Ethnic Groups*. 1977. Vol. 1: 187—200.
13. Jenkins R. Rethinking Ethnicity. Arguments and Explorations. London: SAGE Publications, 1997.

Е. В. Петрова

МЕЖНАЦИОНАЛЬНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БУРЯТИЯ: ИТОГИ РАБОТЫ ЭКСПЕРТНОЙ ПАНЕЛИ (2016—2017 гг.)

ПЕТРОВА Елена Викторовна, доктор социологических наук, доцент, ведущий научный сотрудник, ИМБТ СО РАН, Улан-Удэ, Россия.
E-MAIL: elenapet_05@mail.ru

Аннотация. Представлен опыт организации экспертной панели в рамках мониторинга межнациональных отношений в Республике Бурятия, проанализированы некоторые итоги исследований. Выявлены факторы возможной дестабилизации ситуации. Сделан вывод о перспективах сохранения стабильного межэтнического согласия в республике.

Ключевые слова: межнациональные отношения, Республика Бурятия, экспертная панель, социологический мониторинг

Благодарность. Статья подготовлена в рамках государственного задания ФАНО России. Проект XII.191.1.1. Трансграничье России, Монголии и Китая: история, культура, современное общество, номер госрегистрации № АААА-А17-117021310269-9 («The transboundary spaces of Russia, Mongolia and China: history, culture, contemporary society»).

Федеральное агентство по делам национальностей РФ разработало Концепцию государственного социологического мониторинга в сфере межнациональных и межконфессиональных отношений, проводить который рекомендовано федеральным структурам и региональной власти, в том числе в формате экспертных панелей [Хайкин, 2016; Хайкин, Бережкова, 2016].

С целью реализации Стратегии государственной национальной политики РФ [Стратегия..., 2012] и в рамках социологического мониторинга в сфере межнациональных и межрелигиозных отношений в 2016 г. в Республике Бурятия была создана и начала функционировать экспертная панель, работа которой направлена на систематическое и периодическое получение оперативной информации

по межнациональным отношениям и острым вопросам, связанным с их развитием [1].

В ходе работы панели было реализовано по два этапа: опрос экспертов в форме индивидуального анкетирования (ноябрь–декабрь 2016 г.— 110 человек, октябрь–ноябрь 2017 г.— 116 чел.) и обсуждение наиболее важных вопросов, выявленных в ходе опросов, на экспертных площадках (каждый год две площадки по разным темам) [Петрова, 2017б].

При отборе экспертов учитывалось несколько признаков: образование, компетентность, профессиональная принадлежность, национальность. Эксперты представляли г. Улан-Удэ и районы республики. Каждый год состав экспертов корректировался в зависимости от тематики исследования.

Задачами исследования в 2016 г. было определение состояния межнациональных отношений в республике, проблем и перспектив их развития, факторов гармонизации и возможной дестабилизации межнациональных отношений.

В 2017 г. работа панели была продолжена, но сосредоточена преимущественно на изучении образовательно-воспитательной работы с детьми и молодежью, способствующей культивированию ценностей межнационального согласия, патриотизма, интеграции и консолидации общества. Именно это направление было выявлено как наиболее проблемное в ходе исследования 2016 г.

Аналитические отчеты представлялись заказчику с итогами исследований и рекомендациями, а исследовательская группа по согласованию с заказчиком имела возможность публиковать материал из них в научных изданиях [Петрова, 2017а; Бадараев, 2017; Дашибалова, 2017: Жалсанова и др., 2017]. В настоящее время идет подготовка коллективной монографии.

Полученные в течение двух лет результаты позволяют говорить о стабильных межнациональных отношениях в республике — большая часть опрошенных оценила состояние межнациональных отношений как позитивное (2016 г.— 59,05 % доброжелательные + спокойные; 2017 г.— 62,93 %; 2016 г.— 39,09 % внешне спокойные, но внутренне напряженные; 2017 г.— 28,45 %). Картина в оценке перспектив разви-

[1] Исследование проведено сектором социологии Института монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН по заказу и при финансовой поддержке Комитета по межнациональным отношениям и развитию гражданских инициатив Администрации Главы Республики Бурятия и Правительства Республики Бурятия. Руководитель исследования — Е. В. Петрова.

тия межнациональных отношений в Бурятии в ближайшие два-три года выглядела благоприятной, большинство выразило уверенность, что они останутся на прежнем уровне (2016 г.— 54,55%; 2017 г.— 59,48%) или улучшатся (2016 г.— 26,46%; 2017 г.— 21,55%).

Несмотря на положительные оценки межнациональных отношений эксперты отмечали, что современная стабильная ситуация может измениться достаточно быстро, если не предпринимать усилий для ее поддержания. В ходе работы экспертной панели были определены факторы, которые потенциально способны дестабилизировать межнациональное согласие в республике.

Наиболее важен среди них социально-экономический фактор, связанный с кризисными явлениями в стране, углублением социальной стратификации, снижением уровня жизни населения в республике.

Также эксперты были обеспокоены деструктивным влиянием интернета и социальных сетей на межнациональные отношения. 62,4% (2016 г.) увидели в этом факторе наибольшую угрозу для возможной дестабилизации межэтнических и межконфессиональных отношений в республике.

Кроме того, было отмечено, что в республике в определенных сферах существует этническая обусловленность шансов на карьерное и социальное продвижение. По мнению экспертов, национальность влияет в основном на возможность занять высокий пост в органах власти республики — 61,9% (2016 г.), 57,8% (2017 г.) и устроиться на более хорошую работу — 51,8% (2016 г.), 52,6% (2017 г.). Распределение должностей по этническому, земляческому, родственному признакам — фактор, который в первую очередь может способствовать появлению конфликтных ситуаций на национальной и религиозной почве в республике — 63, 64% (2016 г.), 62,93% (2017 г.).

Также почти все эксперты, принимавшие участие в исследованиях двух лет, выражали обеспокоенность ослаблением системы интернационального и патриотического воспитания детей и молодежи на всех уровнях системы образования (дошкольное, школьное, дополнительное, ссузовское, вузовское).

Поэтому для сохранения стабильности межнациональных отношений в республике необходимо прежде всего улучшение социально-экономического положения населения, повышение роли интернационального воспитания детей и молодежи, внедрение новых современных технологий этнокультурного развития, контроль интернета и социальных сетей для противодействия распространению экстремистских и националисти-

ческих материалов, согласование этнических интересов по вопросам представительства в структурах управления республикой [Петрова, 2017].

Список литературы

1. Бадараев Д. Д. Позитивные факторы межнационального согласия на региональном уровне (на примере Республики Бурятия) // Вестник Бурятского научного центра СО РАН. 2017. № 2 (26). С. 139—148.
2. Дашибалова И. Н. Этносоциальная стабильность и политизация этничности в регионе (на примере Республики Бурятия) // Теория и практика общественного развития. 2017. № 11. С. 51—53.
3. Жалсанова В. Г., Бреславский А. С., Бильтрикова А. В. Межнациональные отношения в Республике Бурятия: оценки экспертного сообщества // Общество: социология, психология, педагогика. 2017. № 8. С. 10—16.
4. Петрова Е. В. Межнациональное согласие в Республике Бурятия: оценки и мнения участников экспертной панели // Известия Иркутского государственного университета. Серия: «Политология. Религиоведение». 2017а. Том. 21. С. 118—126.
5. Петрова Е. В. Мониторинг межнациональных отношений в полиэтнических регионах: организация работы экспертной панели в Республике Бурятия // Вестник БНЦ СО РАН. 2017б. № 2 (26). С. 124—129.
6. Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года / утв. Указом Президента РФ от 19 декабря 2012 г. № 1666.
7. Хайкин С. Р., Бережкова С. Б. Социологический мониторинг межнациональных и межконфессиональных отношений Федерального агентства по делам национальностей // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2016. № 5. С. 97—110.
8. Хайкин С. Р. Социологический мониторинг и стратегия реализации национальной политики: вызовы и ожидания от экспертного сообщества // IV социологическая Грушинская конференция. М. 2016.

М. И. Черепанова, А. А. Горбунова, Д. А. Неваева, С. А. Сарыглар

МИГРАЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В АЛТАЙСКОМ КРАЕ: ПРОГНОЗ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОЙ НАПРЯЖЕННОСТИ

ЧЕРЕПАНОВА Мария Ивановна — доктор социологических наук, доцент, доцент социологического факультета, Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия.
E-MAIL: cher_67@mail.ru
ORCID: 0000-0002-3475-4439

ГОРБУНОВА Анастасия Андреевна — кандидат социологических наук, старший преподаватель социологического факультета, Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия.
E-MAIL: gorbunova@mail.ru

НЕВАЕВА Динара Алиевна — кандидат социологических наук, доцент социологического факультета, Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия.
E-MAIL: nevaeva@mail.ru

САРЫГЛАР Сылдысмаа Артуровна — магистр социологии, ассистент социологического факультета, Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия.
E-MAIL: syldisma93@mail.ru

Аннотация. В статье описаны миграционные тенденции, а также результаты социологического исследования проблем межнациональных отношений, в том числе национальной безопасности. Приводятся данные о степени доверия мигрантов к социальным институтам принимающего сообщества. Представлен прогноз формирования конфликтогенного потенциала мигрантов и местного населения. Обобщаются меры социального контроля и минимизации межнациональной напряженности и интеграции мигрантов в Алтайском крае.

Ключевые слова: миграция, межнациональные отношения, конфликтогенный потенциал, адаптация, степень доверия, национальная безопасность

Благодарность. Работа выполнена при поддержке Министерства образования и науки РФ, проектная часть государственного задания «Транзитная миграция, транзитные регионы и миграционная политика России: безопасность и евразийская интеграция» № 28.2757.2017/ПЧ (2017—2019).

Эмпирическую базу исследования, представленного в статье, составили материалы вторичного анализа статистических показателей, миграционных тенденций в Алтайском крае в 2011—2016 гг., а также результаты социологического опроса по проблемам транзитной миграции, интеграции и национальной безопасности в регионе ($N = 800$) [Миграционные процессы… 2017].

Миграционные процессы в Алтайском крае оказывают существенное влияние на формирование численности населения региона. За 2011—2016 гг. в результате оттока населения численность края сократилась на 32,6 тыс. человек [Миграционные процессы… 2017]. Основной причиной миграции населения из Алтайского края стал поиск работы, улучшение материального положения. Данная тенденция обусловлена плохим экономическим положением региона, высоким уровнем его депрессивности, значительной долей сельского населения. Менее распространены причины личного, семейного характера, обучение в других регионах с целью получения престижного образования.

В настоящее время Алтайский край характеризуется отрицательным миграционным балансом, ежегодными значительными потерями населения и незначительным возмещением населения за счет притока из других регионов.

Анализ гендерных особенностей миграционного процесса выявил, что женское население в большей степени и чаще покидает край в поисках новой работы и получения нового образования. Миграционная подвижность населения имеет возрастную специфику. В другие регионы России, реже за рубеж выезжает преимущественно население зрелого трудоспособного возраста, с 2011 г. по 2016 г. интенсивность потери краем данных когорт населения увеличивается. Таким образом, край теряет ценные трудовые ресурсы. Кроме того, уезжает и молодое поколение в поисках более престижной и обеспеченной жизни. Феномен «утечки мозгов» характерен для региона в полной мере.

Существующий в современном обществе процесс старения населения в Алтайском крае происходит интенсивнее за счет снижения численности молодежи и роста пожилого и старого населения, что расценивается как неблагополучная тенденция. В регионе актуализируется проблема дефицита эффективного кадрового потенциала для предприятий края.

Выявлено, что край покидают в большей степени мигранты с высшим образованием, а также со средним профессиональным. Таким образом,

ухудшается образовательная структура населения региона, усиливается дефицит образованных, креативных кадров [Черепанова, 2016].

Максимальный отток населения из края в зарубежные страны был зафиксирован в 2011 г., что совпало с финансовым кризисом. Выявлена тенденция резкого снижения количества уезжающих представителей края за рубеж, в 2016 г. она достигла минимума.

Население края незначительно пополняется за счет возвращения населения на прежнее место жительства из стран СНГ — так называемая возвратная миграция русскоязычного населения из Казахстана, Узбекистана, Киргизии и т. д. Население приезжает в край из-за ухудшения национальных взаимоотношений, экологических и иных проблем.

В поисках работы и улучшения своего социально-экономического статуса в край ежегодно приезжают около 5 тыс. человек иноэтничного состава, главным образом из стран Азии и Востока, в основном из Узбекистана и Таджикистана. Значительно меньше — из Армении, Казахстана и других территорий.

Мигранты представлены в большей степени мужчинами от 18 до 60 лет. Однако ежегодно около 15 % мигрантов составляют женщины, что свидетельствует о нарастающих для всего мира и России процессов феминизации миграции.

Образовательный статус прибывающего населения довольно низок. Преобладает среднее или среднее профессиональное образование. Каждый пятый мигрант имеет только начальное образование, причем именно эта группа отличается длительностью своего пребывания в регионе. Каждый пятый мигрант находится на территории края от трех до пяти лет или более. Треть мигрантов планируют поселиться в крае на постоянное место жительства.

Таким образом, формируется достаточно стабильная группа населения края, характеризующаяся низким образовательным и социальным статусом, недостаточным знанием русского языка, имеющая свои особенности мировоззрения. В данном контексте в регионе актуализируются проблемы интеграции людей разнообразных национальных культур в принимающее сообщество. Значимой становится социальная адаптация, эффективная социализации в условиях коммуникаций с русским населением. Кроме того, усиливается актуальность проблемы межнациональной напряженности.

Выявленная степень оказываемого доверия разнообразным социальным институтам косвенно свидетельствует об успешности социальной

адаптации приезжего населения. Так, например, каждый пятый мигрант не доверяет своему работодателю, около половины опрошенных респондентов из-за низкого доверия никогда или очень редко обращаются к полиции и представителям органов правопорядка.

Миграционная служба, официально призванная решать проблемы мигрантов, вызывает доверие только у половины мигрантов. К общественным организациям, призванным способствовать успешной социализации мигрантов, также не испытывает доверия каждый второй.

Парадоксально, что 20 % респондентов не доверяют своей этнической диаспоре. В то же время максимальное доверие обращено только к родственникам и друзьям.

Мигранты актуализируют свою этническую идентичность, испытывают гордость за то, что являются представителями своей нации, однако только 60 % полагают, что это счастье, а каждый десятый считает, что это вызывает определенное неудобство. Возможно, это проявление объективных процессов: с одной стороны, усиления тонизации, а с другой — интеграции и глобализации. Большинство респондентов считают себя представителями своей религии и разделяют убеждения своей этнической группы. Определенным индикатором недостаточной интеграции является то, что каждый пятый мигрант полагает важным сохранять свои традиции и противодействовать усвоению традиций принимающей страны. Выявлен также и позитивный потенциал: большинство мигрантов (75 %) намерены не только сохранять свои традиции, но и активно разделяют традиции местного населения. Наблюдается и желание активно осваивать русский язык.

Постепенно меняется менталитет мигрантов. Большинство из них (61 %) считают значимым и приемлемым для себя тождественное отношение к миру, людям, характерное для российского общества.

Подавляющее большинство мигрантов (80 %) считают себя в безопасности в России. При этом ответственность за то, как складывается их жизнь, в большей степени зависит от самого человека и его семьи, а в меньшей, незначительной степени — от работодателя, местных властей и общественных институтов.

В целом мигранты полагают, что принимающее население относится к приезжим дружелюбно или скорее положительно. Однако каждый десятый мигрант указывает на наличие конфликтогенного потенциала в отношениях с местным населением и полагает, что люди других национальностей ведут себя несправедливо и недоброжелательно по отношению к определенной этнической группе [Черепанова, 2015]. Интеграционный

потенциал между мигрантами и местным населением в целом достаточно высок — 80 % респондентов полагают, что взаимопонимание возможно. В то же время каждый пятый мигрант и местный житель полагают, что процесс эффективной социализации в новом социуме достаточно проблематичен и требует определенных эффективных социальных мер по оптимизации. Среди значимых и актуальных мер прибывающее население приводит оказание адекватной помощи в изучении языка, обучение детей, помощь в получении жилья, социальных пособий, субсидий. Наибольшая значимость придается созданию национально-культурных организаций мигрантов, которые бы развивали отношения со странами и регионами — донорами и реципиентами.

Список литературы

1. Миграционные процессы в Алтайском крае 2011—2016 / Управление Федеральной службы государственной статистики по Алтайскому краю и Республике Алтай. Барнаул, 2017. 72 с.
2. Черепанова М. И. Иммиграция в приграничные районы России: между вероятностью преодоления демографического вызова и сохранением социальной безопасности // Nova infa. 2016. № 41-2.
3. Черепанова М. И. Отношение к проблемам межнационального согласия среди населения Алтайского края // Актуальные задачи современной науки и образования: теоретические и прикладные аспекты. Сборник научных трудов международной научно-практической конференции. Барнаул. 2015. С. 12—13.

О. В. Ярмак

НАЦИОНАЛЬНО-ГОСУДАРСТВЕННАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КРЫМСКИХ И СЕВАСТОПОЛЬСКИХ СТУДЕНТОВ: НЕКОТОРЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ МЕЖНАЦИОНАЛЬНОГО И МЕЖРЕЛИГИОЗНОГО СОГЛАСИЯ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ

ЯРМАК Ольга Валерьевна — кандидат социологических наук, доцент, и. о. заведующего кафедрой «Социальные коммуникации», ведущий научный сотрудник Центра социологических исследований, Севастопольский государственный университет, Севастополь, Россия.
E-MAIL: olga_yarmak@inbox.ru

Аннотация. Данная публикация представляет некоторые результаты исследования факторов влияния и механизмов достижения межнационального и межрелигиозного согласия. Научная новизна исследования состоит не только в операционализации категорий «межнациональное» и «межрелигиозное согласие», но и в выделении показателей, переменных и индикаторов для их измерения. Интерпретация межнационального и межрелигиозного согласия через межличностное и межгрупповое доверие, ценностные ориентации, общее видение образа мира позволила прийти к пониманию источников межнационального и межрелигиозного согласия в студенческой среде Крыма и Севастополя, которые заложены в характеристиках национальной и религиозной солидарности, национальной и религиозной идентификации, в межэтнических и межрелигиозных коммуникациях.

Ключевые слова: межнациональное согласие, межрелигиозное согласие, национально-государственная идентичность, группы риска

Республика Крым и Севастополь являются многонациональными регионами и в них, особенно в Крыму, проблема межнационального и межрелигиозного согласия была актуальна в различные периоды истории. С вхождением регионов в состав Российской Федерации эта проблема не потеряла актуальности, а наоборот — с учетом новых экстремистских и террористических вызовов современного мира — приобрела новые аспекты. С одной стороны, в Крыму и Севастополе существует внутренний крымско-татарский вопрос, который необходимо исследовать в рамках

достижения межэтнического и межрелигиозного диалога. С другой стороны, наличие внешних вызовов заставляет задуматься о формировании и воздействии на молодежь, и в первую очередь на студенчество как самую ее организованную часть, агентов распространения экстремистских настроений и террористических установок. В связи с этим проводимое исследование позволит выявить механизмы успешного достижения межнационального и межрелигиозного согласия в крымском и севастопольском студенческом сообществе.

В данном исследовательском контексте анализируется понятие «согласие», которое намного шире уже плотно вошедшего в научный и повседневный обиход понятия «толерантность». Именно понимание согласия, но не толерантности, как единомыслия и единодушия, как согласованности, соразмерности и гармонии соответствует сути понятий «межнациональное согласие» и «межрелигиозное согласие», рассматривающихся в рамках данного исследования как целостные феномены, в которых социально-политическое и культурно-психологическое находятся в диалектическом единстве.

Теоретическим фундаментом исследования стали теории дискурса, теории коллективных представлений, теории фрейминга, теория мобилизации ресурсов, теории и концепции сетевого политического участия, концепции создания коллективного политического контента, концепции коммуникативной детерминированности политического участия, теории социальных и политических конфликтов, традиция реализма при анализе нации и межэтнических отношений, теории и концепции социальных, этнических и межэтнических установок, концепции социальной и культурной дистанции, концепции и теории системы идентичностей и этнической идентичности, концепции и теории межэтнического и межконфессионального согласия (В. А. Тишков, Л. М. Дробижева, М. К. Горшков, М. М. Мчедлова), концепции интегрированности и консолидации общества (В. А. Ядов, Н. М. Великая, Т. И. Заславская, Е. А. Агеева).

Общая цель исследовательского проекта — на основе комплексного мониторингового социологического исследования изучить уровень межнационального и межрелигиозного согласия в студенческой среде городов Республики Крым и города федерального значения Севастополь.

На первом этапе были поставлены следующие исследовательские задачи относительно студентов Республики Крым и Севастополя:

— определение ценностных ориентаций, личностных установок, национально-государственной идентичности;

— выявление источников межнационального и межрелигиозного согласия и несогласия;
— анализ уровня готовности к межнациональным и межрелигиозным контактам;
— определение факторов, препятствующих и способствующих достижению межнационального согласия;
— определение факторов, препятствующих и способствующих достижению межрелигиозного согласия;
— анализ структурных и содержательных характеристик межнационального и межрелигиозного согласия.

Объектом исследования является студенческая молодежь, обучающаяся в вузах Республики Крым и города федерального значения Севастополь. В ходе анализа объекта исследования в нем были выделены три группы по национальному принципу: относящие себя к русским — русские, относящие себя к украинцам — украинцы, относящие себя к крымско-татарскому населению — крымские татары. Предметом исследования выступают ценностные ориентации, личностные установки, национально-государственная идентичность студентов городов Республики Крым и города Севастополь.

Методология исследования базируется на подходах институционализма, сравнительном и конфликтологическом анализе. Эмпирическая модель исследования построена на триангуляции методов и процедур прикладного исследования, включающая в себя массовый опрос, глубинное интервью, дискурс-анализ сообщений пользователей социальных медиа, автоматизированный киберметрический анализ информационных потоков, релевантных теме исследования.

Выборочная совокупность массового опроса данного исследования была стратифицированной и территориальной. Выборка репрезентативна по возрастному критерию (респонденты от 18 до 25 лет), а также распределена по двум территориальным образованиям — Республике Крым и городу федерального значения Севастополя. Итоговая выборочная совокупность составила 1600 человек.

Одним из разделов исследования было изучение национально-государственной идентичности студенческой молодежи Республики Крым и города Севастополь, факторов, влияющих на процесс ее формирования.

Первоочередной при осуществлении анализа идентичности студентов была задача понять, как они себя определяют. Так, половина опрошенных студентов считают себя гражданами Российской Федерации, 40 %

связали себя со своим поколением, 38 % идентифицировали как представителей одной культуры и 36 % — как жителей Крыма.

Наш особенный исследовательский интерес вызвали те, кто отнес себя к людям одной веры и национальности. Так, единоверцами себя видит половина (53 %) опрошенных студентов, относящих себя к русским, 37 % тех, кто отнес себя к украинцам, и 8 % — к крымским татарам. Среди тех, кто считает себя людьми одной национальности, 56 % респондентов, которые отнесли себя к русским, 21 % — к украинцам и 12 % — к крымским татарам.

Предварительный анализ нескольких идентификационных групп, а именно «мы — граждане Российской Федерации», «мы — люди нашего поколения», «мы — носители определенной культуры» по национальному признаку показал следующие результаты.

В группе «мы — граждане Российской Федерации» большинство составляют те, кто относит себя к русским и украинцам. Более половины определяющих себя как русские и как украинцы гордятся принадлежностью к этой группе. Треть идентифицирующих себя как русские и 17 % тех, кто определил себя как украинцы, ощущают себя российскими гражданами, но не гордятся этим.

Группа «мы — люди нашего поколения». Анализ распределения по национальному признаку данной группы показал, что наибольшую гордость за соотнесение себя с людьми своего поколения испытывают крымские татары. Большинство относящих себя к русским чувствуют свою принадлежность к поколенческой группе, но не испытывают гордости от этого. Среди идентифицирующих себя как украинцы 38 % опрошенных студентов чувствуют свою принадлежность к поколенческой группе, но не испытывают гордости от этого, и 34 % гордятся тем, что они — представители этого поколения.

В группе «мы — носители определенной культуры» гордятся тем, что они носители определенной культуры, в большей степени украинцы (49 %) и русские (42 %). Ощущают себя носителями культуры, но не гордятся этим в большей степени русские, в меньшей — украинцы и крымские татары.

Ж. Н. Тория

ЭТНОКОНФЕССИОНАЛЬНЫЕ СОСТАВЛЯЮЩИЕ РОССИЙСКОЙ ГРАЖДАНСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В СТУДЕНЧЕСКОЙ СРЕДЕ КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКОЙ РЕСПУБЛИКИ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

ТОРИЯ Жанна Нодаровна — аспирант кафедры общественных связей и медиаполитики ИГСУ, Российская Академия народного хозяйства и государственной службы (ИГСУ РАНХиГС), Москва, Россия.
E-MAIL: jannatoria@mail.ru

Аннотация. В статье анализируются результаты социологического исследования, проведенного в форме анкетирования и интервьюирования среди студентов ведущих вузов Карачаево-Черкесской Республики по проблемам формирования в студенческой среде гражданской и этнической идентичности. Автор раскрывает теоретическое понятие «гражданская идентичность». Также рассматривается законодательство Российской Федерации в сфере формирования общероссийской гражданской идентичности. Автор рассматривает взаимодополнение российской идентичностью своими региональными особенностями на примере региональной, этнической и конфессиональной идентичности.

Ключевые слова: гражданская идентичность, этническая идентичность, конфессиональная идентичность, региональная идентичность, студенческая молодежь, социологическое исследование, Российская Федерация, Карачаево-Черкесская Республика.

Государственная идентичность не может быть сведена к восприятию субъектом своей географической или территориальной принадлежности, поскольку она является сложным комплексным когнитивно-ценностным образованием, в структуру которого включены представления о ценностях, нормах, ресурсах общности, правах и обязанностях и других атрибутах принадлежности к данной общности.

В мае–июне 2016 г. проведен результативный социологический опрос студенческой молодежи Карачаево-Черкесской Республики (КЧР) на тему «Формирование этнического и гражданского самосознания, межэтни-

ческих отношений современной студенческой молодежи на Северном Кавказе (КЧР)». Было опрошено методом анкетирования и частичного интервьюирования 370 студентов 1—4 курсов основных вузов КЧР в возрасте от 17 до 23 лет.

По мнению респондентов, основными факторами современной консолидации людей являются общность культуры, традиций, обычаев (83,2 %), языка (59,7 %), религии (43,5 %) и истории (35,4 %). Далее идет общность земли и территории проживания (24,9 %), а также общность черт характера и поведения (20,9 %).

Студенты Карачаево-Черкесской Республики, отвечавшие на вопрос «Кем Вы себя в большей степени считаете?», в целом подтвердили общероссийскую тенденцию, согласно которой большинство молодых жителей многонациональных регионов видят своей родиной Россию (66,0 %) и ставят ее на первое место среди всех других предложенных ответов.

В исследовании, проведенном ранее Институтом этнологии и антропологии РАН, отмечается довольно сильная региональная идентичность — 43 % респондентов связывают образ Родины со своим регионом, а также местная идентичность — 38 % считают своей Родиной место проживания. В то же время в рамках нашего соцопроса студентов КЧР гражданами России себя ощущают 79,2 % опрошенных, представителями своей национальности — 65,1 % и представителями свей религии — 46,2 %. В меньшей степени студентам Карачаево-Черкессии свойственны поселенческая идентичность (20,8 % ощущают себя жителями своего города) и космополитизм — гражданами мира себя видят 15,9 %.

Думается, что об осознанности такого выбора могут свидетельствовать чувства, вызванные у респондентов государственными символами РФ. Так, российская символика вызывает гордость и восхищение у 50,5 %, симпатию — у 23,5 % респондентов.

Как показало исследование этноконфессиональных предпочтений, студенческая молодежь, опрошенная в рамках данного социологического опроса, исповедует ислам (91,1 %), православие (4,6 %), просто верят в Бога, без определенной религии (2,2 %) и считают себя атеистами (1,6 %). Немаловажно, на наш взгляд, что значительная доля респондентов независимо от этого ощущают себя патриотами России (три четверти опрошенных), в то время как лишь 10,8 % затруднились ответить и 15,2 % в разной степени не склонны ощущать себя патриотами России. Слово «Родина» у респондентов ассоциируется прежде всего с местом, где родились и выросли (86,5 %), землей, территорией, на которой живут (33,5 %),

семьей, своим родом (32,2 %), государством, в котором живут (32,1 %). Далее следуют село, город (19,2 %) и регион (13,0 %).

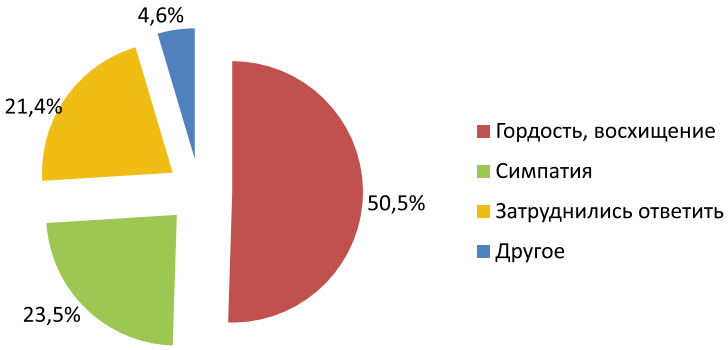


Рис. 1. Ответы на вопрос «Какие чувства у Вас вызывает государственная символика России?» (%)

Весьма показательны ответы на вопрос о жизненных ценностях, которые наиболее близки опрошенным студентам КЧР. Доминирующими ценностями оказались семья (9,8 баллов), здоровье (9,1), друзья (8,6), справедливость (8,8), образование (8,5), религия (8,5 %), интересная работа (8,2), далее идут материальное благополучие (7,7), национальность (6,9), свободное время (6,7).

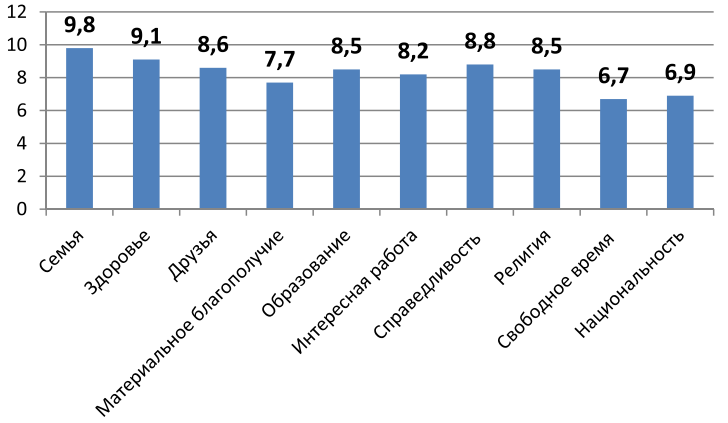


Рис. 2. Ответы навопрос «Какие жизненные ценности Вам наиболее близки?» (баллы)

Следует подчеркнуть, что ответы на эти вопросы соответствуют результатам всероссийского опроса ФОМ «Ориентиры и ценности молодых россиян» [Ориентиры и ценности…, 2016], согласно которому 69% респондентов студенческого возраста считают наиболее важным в жизни взаимопонимание, хорошие отношения в семье. Материальное благополучие ценят 48%, далее идут хорошая физическая форма и самочувствие и интересная работа, профессиональное развитие (по 27%), самореализация и развитие (23%), любовь, романтические отношения (24%).

Один из важнейших факторов гражданской, национальной и этнической идентичности — язык повседневного общения. 94,1% респондентов в вузе общаются на русском, во внеурочное время (вне занятий, но в рамках учебного процесса с педагогами и сокурсниками) 24,1% общаются на карачаевском языке, 5,4% — на черкесском и 4,6% — на абазинском. В семье же 54,5% общаются на карачаевском, 44,6% — на русском, 13,8% на черкесском и 10,3% — абазинском.

Полагаем, что выявленное в ходе исследование стремление к укреплению и развитию патриотического воспитания и гражданского становления молодежи целесообразно реализовывать в тесном сотрудничестве со всеми заинтересованными субъектами в Карачаево-Черкесской Республике, что, на наш взгляд, внесет существенный вклад в развитие гражданского самосознания и гражданской идентичности студенческой молодежи Республики.

Список литературы

1. Ориентиры и ценности молодых россиян // ФОМ—MEDIA. 03.11.2016. URL: http://fom.ru/TSennosti/13083 (дата обращения: 12.03.2018).
2. Пржиленская И., Огородников А. Модель формирования гражданского сознания молодежи в поликультурном и полиэтничном регионе // Вестник российской нации 2017. № 2. С. 139

С. А. Шеин

РОЛЬ НАЦИОНАЛЬНО-КУЛЬТУРНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ПРОЦЕССЕ АДАПТАЦИИ МЕЖДУНАРОДНЫХ ТРУДОВЫХ МИГРАНТОВ

ШЕИН Сергей Александрович — кандидат политических наук, ассистент кафедры политических наук, Пермский государственный национальный исследовательский университет, Пермь, Россия.
E-MAIL: s.shein2014@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена анализу роли и функционала национально-культурных организаций в ходе социальной и культурной адаптации международных трудовых мигрантов в российском мегаполисе (на примере Перми). Эмпирическим материалом для статьи стали 15 интервью с представителями подобных организаций, функционирующих на территории города. В результате исследования выявлено, что потенциал национально-культурных организаций в этом процессе реализуется не в полной мере во многом из-за недооценки организациями своей роли.

Ключевые слова: Пермь, адаптация мигрантов, национально-культурные организации, глубинные интервью

В условиях современного российского мегаполиса особенности миграционного потока и социально-культурные параметры принимающего сообщества могут стать благоприятной средой для формирования барьеров в процессе адаптации мигрантов. Существование различного рода барьеров (административных, социально-психологических) влечет за собой исключение прибывших мигрантов из социальной и культурной жизни общества, лишение доступа к системе социальной защиты, и, как следствие, стратегию на анклавизацию и рост ксенофобских настроений среди местного населения.

Российские мегаполисы как контекст для изучения адаптационных стратегий, установок мигрантов не раз становились предметом внимания исследователей [Барышева, 2007; Кузнецов, 2006; Мукомель, 2015]. Однако в исследованиях довольно мало внимания уделяется национально-культурным организациям как институциональной надстройке этнического сообщества для решения стоящих перед ним в публичном

пространстве задач. Представляется важным выявить роль национально-культурных организаций в процессе социальной и культурной адаптации мигрантов. Мы использовали 15 глубинных неформализированных интервью с руководителями и активистами национально-культурных организаций города (таджикской, узбекской, киргизской, армянской, азербайджанской, грузинской) Перми как современного мегаполиса.

Основные выводы. В процессе адаптации мигрантов национально-культурные организации выступают в двух основных ипостасях: как площадки для коммуникации и как центры помощи мигрантам в кризисных ситуациях. Руководители и активисты национальных организаций не демонстрируют заинтересованности в том, чтобы численность этнического сообщества росла за счет миграционного потока, хотя ряд респондентов не исключают, что высококвалифицированные кадры нужны национально-культурной организации: *«если человек действительно профессионал, то его можно оставить»* (мужчина, армянская община).

Всего представителей национально-культурных организаций можно разделить на три категории в соответствии с их мнением о роли национально-культурных организаций в процессе социальной и культурной адаптации мигрантов.

Первая категория говорит о том, что адаптация, ввиду тесных культурных и исторических связей России и постсоветских стран, мигрантам не нужна в принципе. Вместо работы по адаптации организации предлагается некий «минимум» — обязательство по проведению ликбеза «как вести себя в другой стране».

> *«Может быть, центр адаптации армян в Британии, в Германии, во Франции, но я лично не считаю необходимым иметь такой в России. При этом языковой барьер не особо серьезный для большинства армян. Так что ну и правильно, что армянский центр не занимается конкретно этим вопросом» (мужчина, армянская община).*

Вторая категория перекладывает решение проблем, связанных с адаптацией мигрантов, на плечи государства. Сторонники этой точки зрения считают, что национальные организации должны сосредоточиться на юридических консультациях, на помощи мигрантам в критических ситуациях, а вопросы адаптации мигрантов должны решать муниципальные и государственные органы власти.

> *«Где мигрант может взять деньги, чтобы пройти учебу? Поэтому это должно быть бесплатно. Основное внимание нужно уделять детям мигрантов. Создать для них курсы русского языка» (мужчина, азербайджанская диаспора).*

Третья категория утверждает, что национальные организации должны взять на себя гораздо большую часть работы в плане адаптации, чем сейчас.

> *«Согласно своему действующему уставу они должны знакомить мигранта с регионом. Они должны адаптировать к многонациональной среде этого региона, укрепить мир и согласие между народами, предотвращать религиозные и социальные конфликты, также они должны оказывать информационно-правовую поддержку трудящихся мигрантов» (мужчина, таджикская диаспора).*

Таким образом, на сегодняшний день работа в сфере адаптации мигрантов в национально-культурных организациях ведется, но их потенциал реализуется не в полной мере. Причина в непонимании и недооценке роли организаций в процессе адаптации мигрантов, а также в том факте, что основной целью своей деятельности национально-культурные организации видят презентацию культуры своего этноса местному населению.

Список литературы

1. Барышева Ю. С. Социокультурная адаптация мигрантов в условиях современного мегаполиса: на примере Москвы : автореф. дисс. … канд. культ. наук. М., 2007. 20 с.
2. Кузнецов И. М. Адаптационные стратегии мигрантов в условиях мегаполиса (на примере г. Москвы) : автореф. дисс. … канд. социол. н. М., 2006. 23 с.
3. Мукомель, В. И. Свои «иные»: внутрироссийские иноэтничные мигранты в Московском мегаполисе // Федерализм. 2015. № 1 (77). С. 79—92.

К. Б. Малышев, В. Н. Асташов, О. А. Малышева

СОЦИАЛЬНЫЕ УСТАНОВКИ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ОТНОШЕНИЕ СТУДЕНТОВ К МИГРАНТАМ

МАЛЫШЕВ Константин Борисович — доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры социологии, Вологодский государственный университет, Вологда, Россия.
E-MAIL: konbormal@mail.ru

АСТАШОВ Владимир Николаевич — кандидат философских наук, доцент кафедры социологии, Вологодский государственный университет, Вологда, Россия.
E-MAIL: konbormal@mail.ru

МАЛЫШЕВА Ольга Александровна — кандидат педагогических наук, доцент кафедры общей психологии, Вологодский институт права и экономики ФСИН России, Вологда, Россия.
E-MAIL: konbormal@mail.ru

Аннотация. В данной работе используется многомерный типологический подход для создания методики измерения социальных установок студентов к мигрантам. Сопоставление множества характеристик какого-то понятия с характеристиками эталонного типологического семантического базиса проводилось на основе использования принципа семантической близости. Базис представляет собой множество элементов, обладающих полнотой и порядком, в исследовании использовался типологический базис социальных установок студентов по отношению к мигрантам. Актуальность исследования заключается в том, чтобы разработать базисную метрическую модель проявления социальной установки личности к мигрантам. На основе этой модели создана анкета для измерения установки. Авторы рассматривали отношение к мигрантам как «положительное», «безразличное» и «отрицательное». Социальные установки имеют три измерения: когнитивное, поведенческое, аффективное. При оценке диагностических суждений использовалась симметрическая шкала от –2 до +2. Выборка исследования составила 690 человек, это были студенты четырех ведущих вузов Вологодской области — Вологодского государственного университета (150 человек), Вологодского института права и экономики (120 человек), Вологодской государственной молочнохозяйственной академии (120 человек), Череповецкого государственного университета (300 человек).

Ключевые слова: социальные установки, базис, многомерный типологический подход, принцип семантической близости

Государственная статистика и социологические опросы населения свидетельствуют о том, что мигранты оказывают влияние на рынок труда и на социальную ситуацию в России. Социологические опросы показывают, что влияние мигрантов на культуру России неоднозначно [Мастикова, 2017]. У молодежи часто обнаруживаются ксенофобские настроения по отношению к мигрантам. В связи с этим важно иметь инструменты: 1) для исследования динамики социальных изменений у молодежи и 2) для определения социальных установок к мигрантам. Социальная установка — это готовность действовать определенным способом с теми или иными социальными объектами на основе устоявшихся взглядов и сформировавшегося к ним отношения.

Для исследования были выбраны студенты вузов Вологодской области в количестве 690 человек — Вологодского государственного университета (150 человек), Вологодского института права и экономики (120 человек), Вологодской государственной молочнохозяйственной академии (120 человек), Череповецкого государственного университета (300 человек). Была разработана базисная метрическая модель проявления социальной установки личности к мигрантам. На основе этой модели создана анкета для измерения установки.

Был использован многомерный типологический подход для решения вышеуказанной задачи. Сопоставление множества характеристик какого-то понятия с характеристиками эталонного типологического семантического базиса проводилось на основе использования принципа семантической близости [Малышев, 2016]. Базис — это полное и упорядоченное множество элементов. Отношение к мигрантам бывает «положительное», «безразличное» и «отрицательное». Установки имеют три измерения: когнитивное, поведенческое, аффективное. При оценке диагностических суждений использовалась симметрическая шкала от −2 до +2: −2 (не согласен), −1 (скорее не согласен, чем согласен), 0 (неопределенный случай), +1 (скорее согласен, чем не согласен), +2 (согласен). Эта шкала соответствует положительным оценкам: 1, 2, 3, 4, 5. 3—4, 5—9 и 10—15 — это, соответственно, низкий, средний и высокий уровни выраженности установки.

Анкета. 1. Я открыто, эмоционально реагирую на новости о мигрантах, к которым отношусь с сочувствием, позитивно и рассказываю об этом

окружающим людям «ярко» и «энергично». 2. При обсуждении проблем мигрантов у меня проявляются отрицательные эмоции и свое негативное отношение к ним я красноречиво обсуждаю с другими людьми. 3. Меня абсолютно не волнуют проблемы мигрантов и я, не скрывая, открыто заявляю об этом окружающим. 4. Я внешне эмоционально реагирую на новости о мигрантах и отношусь к ним с сочувствием, позитивно, но об этом не делюсь своими мыслями ни с кем. 5. У меня возникают отрицательные эмоции по отношению к мигрантам, и я свое негативное отношение к ним стараюсь ни с кем не обсуждать. 6. При всей своей внешней эмоциональности, возникающей по вопросам мигрантов, я безразличен к ним, но свою позицию я скрываю и стараюсь не обсуждать эту тему с людьми. 7. Размышляя о проблемах мигрантов, у меня формируется свое отношение, и я выражаю его в ярких, эмоциональных высказываниях, защищая их уверенно, убедительно и обоснованно в возникающих спорах. 8. Анализируя ситуации о мигрантах, придерживаясь негативной позиции по отношению к ним, я призываю и доказываю это постоянно окружающим. 9. У меня есть твердое убеждение, что не надо проявлять участия в судьбе мигрантов, и поэтому я абсолютно безразличен к их проблемам и об этом заявляю всем. 10. Мои убеждения и взгляды сопровождаются жестами и выразительной мимикой и по моему лицу можно понять, что я позитивно отношусь к мигрантам. 11. Я соглашаюсь с негативным отношением к мигрантам части общества, и это свое мнение я не обсуждаю с другими людьми. 12. Мои убеждения связаны с безразличием к проблемам мигрантов и об этом я ни с кем не делюсь. 13. Моя реакция на просьбы со стороны мигрантов заключается в оказании им помощи, это я обсуждаю с единомышленниками и ищу у них поддержки и понимания в этом вопросе. 14. Негативное отношение в своем поведении к мигрантам я могу демонстрировать в красноречивых высказываниях на людях и организовывать действия против них. 15. Мое равнодушное отношение к проблемам мигрантов проявляется в моем поведении и в разговорах с другими людьми. 16. Могу принять участие в потасовке, даже совершая несдержанные поступки в защиту мигрантов без обсуждения их проблем. 17. Мое негативное отношение к мигрантам скорее проявляется в активных действиях и поступках, нежели в словах. 18. Не поддерживаю разговор о судьбах мигрантов и по моему поведению видно, что я безразлично к ним отношусь и не обсуждаю их проблем. 19. Мои внутренние переживания по отношению к мигрантам внешне у меня никак не проявляются, но я могу их передать словами

окружающим. 20. У меня возникает негативное внутреннее беспокойство по отношению к мигрантам, и это я могу высказать окружающим. 21. Мое внутреннее эмоциональное состояние равнодушия по отношению к мигрантам я не скрываю при обсуждении их проблем. 22. Мои внутренние чувства по отношению к мигрантам проявляются позитивно, но этими чувствами я не делюсь ни с кем. 23. Находясь наедине с самим собой, у меня возникают отрицательные эмоции по отношению к мигрантам, но это свое отношение к ним я стараюсь ни с кем не обсуждать. 24. Внутри себя я испытываю безразличное эмоциональное состояние по отношению к проблемам мигрантов, и я ни с кем это не обсуждаю. 25. Моя внутренняя позиция по отношению к мигрантам приводит меня к убеждению в том, что им надо помогать, принимать участие в решении их проблем, и это проявляется в моих высказываниях. 26. Мои внутренние убеждения по отношению к мигрантам негативны, и об этом я говорю открыто, призывая других разделить мои взгляды. 27. Я убежден, что не надо вмешиваться в проблемы мигрантов, и я заявляю открыто об этом окружающим. 28. Мое позитивное мнение и внутреннее убеждение по отношению к мигрантам никогда не обсуждаю с другими людьми. 29. Внутри меня сформировалось негативное отношение к мигрантам, и это свое убеждение я ни с кем не обсуждаю. 30. Я свое безразличное мнение к проблемам мигрантов скрываю внутри себя и не обговариваю это с другими людьми. 31. Моя внутренняя сформированная неравнодушная позиция к мигрантам проявляется в широком обсуждении их проблем и последующей активной помощи им. 32. Моя внутренняя позиция заключается в негативном отношении к мигрантам и проявляется в призывах против них и в соответствующих поступках. 33. Моя внутренняя позиция связана с равнодушным отношением к мигрантам, и поэтому я сдержан в поступках, но могу рассказать о своей позиции окружающим. 34. Я не применяю никаких активных действий и широкого обсуждения проблем мигрантов, стараюсь не затрагивать эти вопросы, хотя отношусь к ним позитивно, и это определяет мою внутреннюю позицию. 35. Я внутренне сдержан в своих реакциях по отношению к мигрантам, стараюсь не обсуждать их проблемы со своими знакомыми, хотя отношусь к ним очень негативно. 36. Я внутренне безразличен к проблемам мигрантов и стараюсь не говорить на эту тему с близкими людьми.

Таблица 1. ***Результаты анкетирования***

Исследуемые характеристики	Отношение в процентах		
	Позитивное	Безразличное	Отрицательное
В целом	15,5	72,5	12,0
Женщины	28,8	55,4	15,8
Мужчины	23,0	59,7	17,3
18—20 лет	17,3	71,2	11,5
21—25 лет	11,5	64,0	24,5
26—30 лет	10,3	82,9	6,8
Городская ср. школа	30,0	62,7	7,3
Сельская ср. школа	37,3	30,4	32,3
Поселковая ср. школа	19,8	54,7	25,5

Список литературы

1. Мастикова Н. С. Динамика отношения российской молодежи к мигрантам // Россия реформирующаяся: ежегодник: вып.15 / отв. ред. М. К. Горшков. М. : Новый Хроногаф, 2017.
2. Малышев К. Б. Многомерная типологизация психологической информации. Вологда : ВоГУ, 2016. 167 с.

С. Г. Максимова, Д. А. Омельченко, О. Е. Ноянзина

ТРАНЗИТНАЯ МИГРАЦИЯ В ПРИГРАНИЧНОМ РЕГИОНЕ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПЕРТНОЙ ОЦЕНКИ РИСКОВ И МЕР РЕГУЛИРОВАНИЯ

МАКСИМОВА Светлана Геннадьевна — доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой психологии коммуникаций и психотехнологий, Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия.
E-MAIL: svet-maximova@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-4613-4966

ОМЕЛЬЧЕНКО Дарья Алексеевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры психологии коммуникаций и психотехнологий, Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия.
E-MAIL: daria.omelchenko@mail.ru
ORCID: 0000-0002-2839-5070

НОЯНЗИНА Оксана Евгеньевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры психологии коммуникаций и психотехнологий, Алтайский государственный университет, Барнаул, Россия.
E-MAIL: noe@list.ru
ORCID: 0000-0002-1252-6021

Аннотация. Транзитная миграция представляет собой промежуточное перемещение и остановку по пути из страны исхода в место назначения. Будучи типичной стратегией, присущей многим мигрантам, которые по разным причинам не могут напрямую достичь цели своих миграционных намерений, она часто отождествляется с опасностью для жизни, контрабандой и торговлей людьми, угрозой, ставящей в уязвимое положение как самих мигрантов, так и принимающие сообщества. В России транзитная миграция затрагивает прежде всего интересы приграничных регионов, выступающих в качестве «буфера», принимающего на себя ответственность за контроль за въездом и первичную адаптацию транзитных мигрантов. Высокая латентность рисков, связанных с транзитной миграцией и ограниченность эмпирических данных обусловили актуальность проведения комплексного социологического исследования, включающего экспертную оценку в одном из приграничных регионов

России (количество опрошенных мигрантов $n = 317$, количество экспертов n=26). Его основные результаты — оценка распространенности транзитной миграции и ее воздействия на социально-экономическую и демографическую ситуацию в регионе, возможные угрозы и последствия, продуцируемые транзитными мигрантами, и меры их преодоления, реализуемые с привлечением институтов гражданского общества.

Ключевые слова: транзитная миграция, транзитный регион, приграничный регион, Алтайский край, экспертная оценка, риски миграции, межэтнические отношения, социальная напряженность, этнические диаспоры, национально-культурные объединения

Благодарность. Работа выполнена при поддержке Министерства образования и науки РФ, проектная часть государственного задания «Транзитная миграция, транзитные регионы и миграционная политика России: безопасность и евразийская интеграция» № 28.2757.2017/ПЧ (2017—2019).

Будучи сложным глобальным феноменом, международная миграция не только открывает новые возможности для принимающих стран, но и привносит многочисленные вызовы и угрозы, связанные со слабой регулируемостью миграционных процессов. Нередко основной стратегией международных мигрантов становится транзитная миграция, затрудняющая социальную интеграцию и создающая проблемы для пограничных и правоохранительных систем, общественного здравоохранения и рынка труда. По данным российских исследователей, транзитную миграцию в России характеризуют разнообразие и многочисленность транзитных миграционных маршрутов, нерегулярный характер транзитной миграции, превращение транзитных мигрантов в долгосрочных или постоянных мигрантов, функционирование неформальной миграционной инфраструктуры на основе развитых этнических сообществ и национальных диаспор [Ионцев, 1998; Ивахнюк, 2008; Зайончковская, 2009]. Количество исследований и данных о положении транзитных мигрантов весьма ограниченно, что не позволяет разрабатывать в их отношении эффективные и устойчивые меры [Управление ООН…, 2018]. Отчасти это обусловлено слабой теоретической базой для изучения транзитной миграции, плохой «уловимостью» транзитных мигрантов как объектов научного анализа.

Понятие транзитной миграции чрезвычайно размытое, оно объемлет разные категории мигрантов и может применяться к смешанным миграционным потокам. Концепция транзитной миграции по сути описывает все типы миграций, которые являются непрямыми миграциями из стран исхода в страны назначения и предполагают различные стадии [Duvel, 2012: 5]. Транзитных мигрантов обычно определяют как «иностранцев, которые пребывают в стране какое-то время, стремясь мигрировать в другую страну, чтобы осесть там постоянно» [Молодикова, 2017: 35], то есть статус «транзитности» применяется к широкому спектру миграционных намерений, от отдаленных перспектив до реальной подготовки к переезду в другую страну.

Россия не относится к типичным странам транзита, она является центром притяжения огромного числа мигрантов, в особенности из стран ближнего зарубежья, страной исхода и, одновременно, транзитным «коридором», используемым мигрантами из азиатских и африканских стран на пути в Европу [Ивахнюк, Дауров, 2003: 35]. Большая географическая протяженность и неравномерное развитие различных российских территорий позволяют говорить о существовании «транзитных регионов», используемых мигрантами для попадания не только на территорию другой страны, но и в привлекательные с экономической точки зрения регионы России.

Транзитная миграция оценивалась на основе экспертных интервью и опроса, проведенного среди различных категорий международных мигрантов. В фокусе исследования находились приграничные регионы, первый этап исследования проведен в 2017 г. в Алтайском крае. В экспертном опросе приняли участие 26 специалистов, занимающихся решением практических вопросов, связанных с миграцией, оказывающих консультационные услуги либо занимающихся аналитической деятельностью по миграционным и смежным проблемам. Мигранты были опрошены в местах их проживания, осуществления трудовой деятельности, центрах тестирования и миграционных службах (n=317).

Согласно полученным данным, в Алтайском крае наблюдается миграционная обстановка, характерная для многих российских приграничных территорий. Ее основными характеристиками являются большой отток местного населения в другие регионы или государства (как и во многих других «дотационных» регионах) и активный приток иностранных мигрантов. Эти выводы подтверждаются данными Росстата: в период 2008—2016 гг. население края ежегодно увеличивалось в среднем на 4 тыс. человек за счет иностранных граждан, в то время как показа-

тели межрегионального обмена и естественного прироста были отрицательными. Более половины экспертов согласились с тем, что Алтайский край является транзитным по типам характерных для него миграционных потоков, чему в значительной степени способствуют особенности географического положения и наличие границ с другими странами (68% ответов), комфортные межнациональные отношения в регионе, отсутствие серьезных конфликтов и социальной напряженности (44%), а также специфика реализации миграционной политики, лояльное отношение к мигрантам, облегченный миграционный режим (12%). По свидетельству экспертов, наиболее часто транзитными мигрантами в Алтайском крае становятся выходцы из Узбекистана, Казахстана, Таджикистана и Киргизии, стремящиеся попасть в европейскую часть России и страны Азии. Оценить реальные масштабы транзитной миграции напрямую не представляется возможным. Косвенным путем, в ходе анализа интервью с мигрантами, нам удалось установить, что только 9,5% из них стремятся переехать в другие регионы России (Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Тюмень) или другие страны, то есть являются потенциальными транзитными мигрантами.

Международная миграция не является существенным фактором, улучшающим социально-экономическое положение края, но также не несет и серьезных рисков, связанных с ростом преступности, социальной напряженностью, нагрузкой на объекты социального обслуживания. Наиболее явными эффектами миграции, оказываемыми на ситуацию в регионе, выступают пополнение рынка труда рабочей силой (56% ответов), обеспечение выполнения низкоквалифицированной работы, за которую не хотят браться местные жители (44%), увеличение численности населения региона (32%). Между тем, слабое знание русского языка, потребительское отношение мигрантов к региону как «перевалочному пункту», нежелание многих мигрантов ассимилироваться и принимать нормы российского общества свидетельствуют о наличии латентных рисков, производимых транзитной миграцией в регионе. Как следствие, более 40% экспертов выступили за ограничение въезда на территорию региона транзитных мигрантов, все эксперты уверены в необходимости мер по адаптации и интеграции мигрантов, особенности помощи в изучении русского языка, российского законодательства и истории (76,9%), мероприятий по межкультурной коммуникации, этнической и религиозной толерантности (46,2%), правового просвещения, помощи в оформлении документов для легализации (42,3%).

Эксперты уверены, что большую роль в оказании помощи мигрантам (в том числе транзитным) в адаптации и усвоении социальных и культурных норм могли бы играть этнические диаспоры стран исхода и национальные объединения. Проведение интернациональных мероприятий, специальных встреч с иностранными гражданами, участие в реализации межэтнических, государственных, международных программ, организация консультационной помощи будут способствовать, по мнению экспертов, преодолению социальной исключенности этнических сообществ и формирования этнических анклавов, интеграции мигрантов в принимающее сообщество.

Список литературы

1. Зайончковская Ж. А. Транзитная миграция в странах СНГ: сравнительные перспективы // Транзитная миграция и транзитные страны. Теория, практика и политика регулирования / под ред. И. Молодиковой и Ф. Дювеля. 2009. С. 66—96.
2. Ивахнюк И. В. Евразийская миграционная система: теория и политика // Вестник Российского университета дружбы народов. (Серия Международные отношения). 2008. № 2. С. 21—28.
3. Ивахнюк И., Дауров Р. Незаконная миграция и безопасность России: угрозы, вызовы, риски // Миграция и национальная безопасность. М. : МАКС-Пресс. 2003. № 11. С. 30—51.
4. Ионцев В. А. Международная миграция населения: Россия и современный мир // Социологические исследования. 1998. № 6. С. 38—47.
5. Молодикова И. и др. (ред.). Транзитная миграция и транзитные страны: теория, практика и политика регулирования. Litres, 2017.
6. Управление ООН по правам человека. Транзитные мигранты. URL: http://www.ohchr.org/RU/Issues/Migration/Pages/Migrantsintransit.aspx (дата обращения: 01.03.2018).
7. Duvell F. Transit Migration: A Blurred and Politicised Concept . *Population, Space and Place*. 2012. Vol. 18. No. 4. P. 415—427.

Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская, Д. Н. Карзубов

МЕТОДЫ BIG DATA В ОПРЕДЕЛЕНИИ СОЦИАЛЬНОЙ ДИСТАНЦИИ МЕЖДУ ОСНОВНЫМИ ЭТНИЧЕСКИМИ ГРУППАМИ КРЫМА И СЕВАСТОПОЛЯ

БРОДОВСКАЯ Елена Викторовна — доктор политических наук, доцент, профессор Департамента политики, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия.
E-MAIL: brodovskaya@inbox.ru
ORCID: 0000-0001-5549-8107

ДОМБРОВСКАЯ Анна Юрьевна — доктор социологических наук, доцент кафедры социально-политических исследований и технологий, Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия.
E-MAIL: an-doc@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-2015-2349

КАРЗУБОВ Дмитрий Николаевич — аспирант кафедры социально-политических исследований и технологий, Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия.
E-MAIL: karzubovdn@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4182-1449

Аннотация. Тезисы содержат основные результаты киберметрии социально-медийных потоков о межнациональных и межрелигиозных отношениях в Крыму и Севастополе, отражающих специфику социальной дистанции между представителями русской, украинской и крымско-татарской этническими группами. В ходе анализа удельного веса релевантных информационных потоков, их динамики, семантического ядра, публикационной активности лидеров общественного мнения показываются возможности гибридных, междисциплинарных стратегий исследования, позволяющих структурировать большие массивы данных, импортированных из интернет-пространства. Обоснованы выводы о существовании в пространстве дискурсов межнациональных и межрелигиозных отношений в Крыму и Севастополе противоположных информационных потоков — фонов процесса социального дистанцирования основных этнических групп полуострова: согласия и конфликта, консолидации и локального обострения, партнерства и конкуренции. Содержательные характеристики данных потоков охватывают взаимоотношения меж-

ду русскими, украинцами и крымскими татарами; кризисные события на Украине и гражданскую войну на юго-востоке страны; отношение к событиям 1944 г., активно использующиеся в формате технологии «эскалации истории». Сделано заключение о том, что данные потоки усиливают информационный фон процессов социального дистанцирования между различными этническими и религиозными группами Крыма и Севастополя. Ключевой идеей служит необходимость формирования культуры согласия, создания альтернативных информационных потоков, навигации молодого поколения Крыма и Севастополя.

Ключевые слова: интернет, интернет-коммуникация, социальные медиа, информационные потоки, киберметрия, дискурс-анализ, социальная дистанция, межнациональные и межрелигиозные отношения

Благодарность. Исследование реализовано при поддержке гранта РФФИ № 17-06-00440 «Межнациональное и межрелигиозное согласие в студенческой среде Крыма и Севастополя: мониторинг и анализ уровня развития» на 2017—2019 годы.

Социально-интеграционные процессы, связанные с вхождением Крыма и Севастополя в состав РФ, обеспечивают как возможности достижения ценностного консенсуса между основными этническими группами полуострова, так и риски для межнационального и межрелигиозного мира и согласия. Прежде всего, наблюдается высокий статус геополитического контекста социально-медийных потоков о межнациональных и межрелигиозных отношениях в Крыму и Севастополе. Кроме того, глубоко дифференцированы скорость и результативность ресоциализации представителей основных этнических и религиозных групп в процессе их интеграции в российское общество. Установлены также некоторые признаки кризиса идентичности, подкрепляемые широким применением технологий «эскалации истории» на фоне изменения государственности жителей полуострова.

Данные обстоятельства негативно влияют на устойчивость традиций мирного сосуществования различных народов и конфессий, и это воздействие расширяется с распространением в социальных медиа дискурсивных практик, ориентированных на конфликтное взаимодействие в межнациональной и межрелигиозной среде полуострова. Большой объем и неструктурированность релевантных теме социально-медийных

потоков предполагают использование методов больших данных для выявления технологических, структурных и содержательных характеристик этих массивов. Анализ потоков, автоматически выгруженных онлайн-сервисом для мониторинга социальных сетей, позволяет установить причины и условия, способствующие распространению в социально-медийном пространстве дискурсов деструктивной направленности, угрожающих сохранению межнационального и межрелигиозного мира в Крыму и Севастополе.

Методология исследования базируется на комплексе подходов, включающих исторический институционализм [Pierson, Skocpol, 2002], сетевой подход [Greene, 2014; Howard, Parks, 2012], когнитивный подход [Данливи, 1999; Dalton, 1984; Шестопал, 2008], интеллектуальный анализ данных: Data Mining, Text Mining, Predictor Mining, Social Computing (А. А. Азаров, Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Карзубов Д. Н., Фильченков А. В. и др. [Brodovskaya, Dombrovskaya, Karzubov, 2014]).

Эмпирическая модель исследования содержит автоматизированный киберметрический анализ информационных потоков релевантных теме исследования с применением онлайн-сервиса мониторинга социальных медиа IQBuzz и дискурс-анализ сообщений пользователей социальных медиа.

Кибермерия сообщений социальных медиа осуществлена на русском языке; объем выгрузки интернет-контента составил 600 000 сообщений, глубина аккумулированного массива: с 01.09.2013 по 28.12.2017 [1].

Составление словарей маркеров для импорта релевантных сообщений основано на определении контекстов вокруг таких знаковых для процессов социального дистанцирования основных этнических групп событий, как:

— признание Меджлиса экстремистской организацией;
— победа украинской участницы Евровидения в 2016 г. с песней о депортации крымских татар в 1944 г.;
— митинги в мае 2015 и 2016 гг., связанные с депортацией крымских татар в 1944 г.;

[1] Использованы следующие социальных медиа: http://livejournal.com, http://vk.com, http://twitter.com, http://mirtesen.ru, http://www.odnoklassniki.ru/, http://www.youtube.com, http://instagram.com, http://tut.by, http://ursa-tm.ru, http://my.mail.ru, http://www.facebook.com, http://fkiev.com, http://www.kharkovforum.com, http://www.yaplakal.com/forum, http://altyn-orda.kz, http://meta.ua, http://cofe.ru, http://kob.su/forum, http://mypage.ru, http://opolshe.ru/, http://www.doneckforum.com, http://www.e1.ru, http://www.forum-tvs.ru, http://www.littleone.ru, http://www.pkforum.ru/board/, http://www.prado-club.su/forum, https://aftershock.news

— резолюции ООН о нарушении прав крымских татар, принятые в 2017 г.;
— помилование лидеров Меджлиса 26 октября 2017 г.

Обоснованы следующие запросы для автоматизированного аккумулирования релевантного потока: *«Угнетение крымских татар»* | *«Захватчики Крыма»* | *Русовластье* | *«Оккупация Крыма»* | *«Департация крымских татар»* | *«Вечная боль крымских татар»* | *«Геноцид крымских татар»* | *«Крым-Украина»* | *«Крым-не Россия»* | *«Крымские татары-хозяева Крыма»* | *«Слава Украине», («крымские татары»* | *«крымско-татарский народ»* | *«крымско-татарское население»* | *меджлис* | *Джемилев* | *Чубаров) & (Россия* | *русские* | *оккупация* | *«Российская империя»* | *оккупанты* | *депортация* | *геноцид* | *«массовые репрессии»* | *«массовые убийства»* | *Сталин* | *«советская власть»* | *«сталинский режим»).*

Исследование выявило соотношение между двумя основными информационными потоками, составляющими фон социального дистанцирования основных этнических групп Крыма и Севастополя (см. рис. 1).

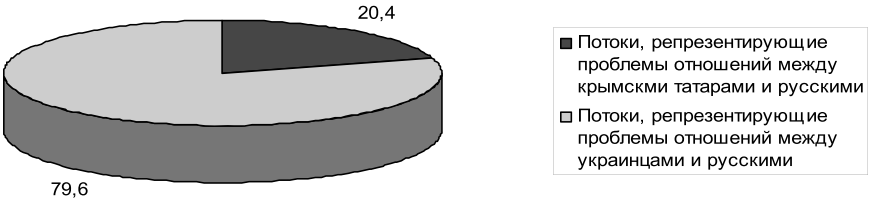


Рис. 1. Соотношение удельного веса этих информационных потоков, репрезентирующих проблемы отношений между основными этническими общностями Крыма иСевастополя

Анализ семантического ядра данных потоков показал, что основное содержание потоков, репрезентирующих проблемы социального дистанцирования между представителями русской и украинской этнических групп, связано с обсуждением таких событий, как украинский кризис и гражданская война, локализованная в юго-восточной части этой страны. Основная тема потоков, отражающих проблемы социальной дистанции между русскими и крымско-татарским населением полуострова,— отношение к событиям 1944 г., активно использующимся в формате технологии «эскалации истории».

Информационные потоки в социальных медиа, возникающие вокруг обсуждения межнациональных и межрелигиозных отношений в Крыму и Севастополе, следует сегментировать по типам представленных в них

дискурсов, являющихся социально-медийным фоном социального дистанцирования / достижения ценностного консенсуса между основными этническими группами полуострова: согласия и конфликта, консолидации и локального обострения, партнерства и конкуренции.

Помимо анализа отчетных статистик, автоматически генерируемых сервисом для мониторинга социальных сетей, был проведен дискурс-анализ сообщений, импортированных из социальных медиа (целевой отбор по признаку содержательности в разделах за все временные периоды выгрузки, всего проанализирована 1000 сообщений). Данное направление исследования показало, что эскалация истории является базовым инструментом поддержания конфликтогенного информационного фона в социальных медиа. Для онлайн-групп, обсуждающих проблемы межнациональных отношений в Крыму и Севастополе, характерна борьба дискурсов вокруг притязаний отдельных этнических групп на исключительные права в отношении полуострова.

Одним из итогов исследования стало определение трех базовых типов дискурсивных практик о межнациональных и межрелигиозных отношениях в Крыму и Севастополе в онлайновых сообществах сети «ВКонтакте»:

— дискурс угнетения украинцев и крымских татар, в котором отражается негативное отношение представителей данных этнических групп к русским и русскости;
— дискурс необоснованности претензий украинцев и крымских татар, содержащий отрицательные оценки представителей русской этнической группы поведения и социальных установок украинцев и крымских татар;
— дискурс предостережения украинцев и крымских татар от интериоризации антироссийской риторики, имеющий принципиальное значение для противодействия негативным информационным потокам, нацеленным на формирование у представителей этнических групп полуострова протестных установок в отношении российского, русскости и русских. Формирование данного потока в социальных медиа может обеспечить понимание пользователями, принадлежащими к этническим общностям Крыма и Севастополя, каковы истинные причины антироссийской риторики и возможные негативные социальные последствия выражения неконвенциональных, а зачастую и радикалистских установок.

Потенциал достижения ценностного консенсуса, построения партнерской и добрососедской модели взаимодействия между народами, фор-

мирования и укрепления национально-государственной идентичности находится в плоскости формирования культуры согласия, создания альтернативных информационных потоков, навигации молодого поколения Крыма и Севастополя.

Список литературы

1. Данливи П. Политическое поведение: институциональный и эмпирический подходы // Политическая наука: Новые направления. М. : Вече, 1999.
2. Шестопал Е. Б. Политическая социализация российских граждан в период трансформации / под ред. Е. Б. Шестопал. М., 2008.
3. Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A., Karzubov D. Online mobilization of mass protests in Ukraine, Moldova, Armenia, and Kazakhstan (2013—2016.): the results of comprehensive comparative empirical study // Proceedings of the International Conference on Electronic Governance and Open Society: Challenges in Eurasia St. Petersburg, Russia — September 04—06, 2014. ACM New York, NY. 2017. P. 32—36. URL: http://dl.acm.org/citation.cfm?id=3129764&dl=ACM&coll=DL&CFID=813102647&CFTOKEN=10709015 (дата посещения: 04.05.2018).
4. Dalton R. J. Cognitive Mobilization and Partisan Dealignment in Advanced Industrial Democracies. *The Journal of Politics*. 1984. No. 1. P. 264—284.
5. Greene S. Twitter and Russian Protest: Memes, Networks and Mobilization. URL: https://ru.scribd.com/document/94393092/Twitter-and-the-Russian-Street-CNMS-WP-2012-1 (дата посещения: 04.05.2018).
6. Howard Ph.N., Parks M. R. Social Media and Political Change: Capacity, Constraint and Consequence. *Journal of Communication*. 2012. No. 62. P. 359—362.
7. Pierson P., Skocpol T. Historical Institutionalism in Contemporary Political Science in Political Science: The State of the Discipline. Katznelson I., Milner H. (eds). N.Y.: Norton, 2002.

А. П. Лобанова

ПРОБЛЕМЫ ИЗУЧЕНИЯ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ В УСЛОВИЯХ «ТЕКУЧЕЙ» СОВРЕМЕННОСТИ

ЛОБАНОВА Анастасия Петровна — студент I курса магистратуры факультета социологии, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: lobanova.anastasia24@gmail.com
ORCID: 0000-0001-8610-270X

Аннотация. В данной работе в качестве теоретической рамки использован концепт «текучей современности», предложенный З. Бауманом, через призму которого рассмотрены проблемы изучения идентичностей современного индивида с помощью традиционных исследовательских методов. «Текучая» современность, характеризующаяся постоянной изменчивостью, гибкостью, мобильностью, создает предпосылки для увеличения количества идентичностей, которыми располагает каждый индивид. В результате происходит игра идентичностей. В заключение в противовес традиционным методам исследования, которые направлены на формальную жесткую фиксацию характеристик, предлагается ситуационный анализ к изучению индивидов с учетом многообразия их идентичностей.

Ключевые слова: игра идентичностей, текучая современность, флексибилизация, методы исследования, многообразие идентичностей, ситуационный анализ, теория поля

Благодарность. Публикация подготовлена при поддержке РФФИ. Грант № 17-33-00063-ОГН «Механизмы воспроизводства и флексибилизации индивидуальной жизненной колеи российской молодежи в контексте «жесткой» и «текучей» современности»).

Современность и изменения, происходящие в современном обществе, всегда были и остаются предметом живого интереса со стороны социологов, философов и представителей других социальных и гуманитарных наук. В данной работе в качестве теоретической рамки использован концепт «текучей современности», предложенный З. Бауманом, через призму которого рассмотрены проблемы изучения многообразия иден-

тичностей современного индивида с помощью традиционных исследовательских методов. В заключение даются практические рекомендации для изменения методологических принципов исследований, направленных на изучение идентичностей.

Современная реальность характеризуется большим количеством перемен, увеличением уровня нестабильности (причем как на индивидуальном, так и на институциональном уровнях), культом мобильности. Многие исследователи приходят к мнению о том, что сейчас мы наблюдаем переход от классической, жесткой модерности к текучей, жидкой современности. Так, британский социолог Зигмунт Бауман выделяет следующие характеристики современности [Bauman, 1992; Бауман, 2008]: многообразие культуры, традиций, идеологий; динамичность и изменяемость мира, без каких-либо постоянных доминирующих сил и тенденций; огромное влияние массмедиа; утрата реального и «растекание» всех границ. Текучая современность — это состояние общества, характеризующееся постоянной изменчивостью, гибкостью, мобильностью. При этом проявляется дуальный характер структуры, если говорить терминами Гидденса: флексибилизация институтов и социальных структур влияет на изменение структуры личности, в то же время новые личностные характеристики создают соответствующие институциональные механизмы [Гидденс, 2013]. Индивиды, приспосабливаясь к меняющейся реальности, становятся более адаптивными и гибкими, стараются вписываться в новые условия, быстро забывают ненужное и осваивают новое и востребованное [Ильин, 2017]. Многочисленная смена сфер жизни и видов деятельности создает предпосылки для многообразия идентичностей индивида. Учитывая условия текучей модерности, современную жизнь можно рассматривать как череду идентичностей. Человек обладает спектром идентичностей, но при этом в каждой конкретной ситуации на первый план выходят одни идентичности, а другие уходят далеко на задний план или вообще исчезают. Этот процесс можно описать через метафору «игры идентичностей». Изучение данного феномена встречается в социальной психологии, истории и гендерных исследованиях, однако получило недостаточное внимание со стороны социологов.

Данные теоретические основания приводят к методологическим размышлениям о том, как изучать индивидов, играющих своими идентичностями? Традиционные методы исследования предполагают, что есть жесткая идентичность, которая фиксируется [Ядов, 2007]. В качестве примера можно рассмотреть один из обязательных элементов анкеты —

социально-демографические данные опрошенных (или «паспортичка»). Стандартный набор вопросов, содержащийся в ней, направлен на формальную фиксацию характеристик, однако при таком подходе не учитывается игра идентичностей индивидов. Например, пол или уровень дохода не всегда являются определяющими или важными характеристиками в той или иной ситуации. Соответственно, в зависимости от темы исследования набор идентичностей, предлагаемых в «паспортичке», должен быть разный. В качестве теоретического подхода предлагается использовать ситуационный анализ, который основан на теории поля Курта Левина: поведение человека в первую очередь определяется не его личностными характеристиками, а ситуациями, в которых он находится [Левин, 2000]. Идентичность индивида, которая коррелирует с разными формами поведения, вытекает из конкретного анализа ситуации. Для каждого отдельного исследования необходимо выявлять, какая именно идентичность или набор идентичностей актуализируются в данный момент.

Учет предыдущего исследовательского опыта и использование качественных методов сбора данных (например, интервью, фокус-группа) может помочь выявить тот набор личностных характеристик, которые нужно учитывать и выносить в виде вопросов в конкретном исследовании. Таким образом, учет многообразия идентичностей индивидов позволит улучшить методологическую основу исследования, вывести качество получаемой информации на новый уровень, что значительно повысит уровень доверия к социологическим исследованиям.

Список литературы

1. Bauman Z. Intimations of Postmodernity. London : Routledge, 1992.
2. Бауман З. Текучая современность. СПб. : Питер, 2008. 240 с.
3. Гидденс Э. Устроение общества : Очерк теории структурации. М. : Академический проект, 2003.
4. Ильин В. И. Жизненная колея и социальный серфинг как модели социальной мобильности // Социальное время. 2017. Т. 10. № 2. С. 66—82.
5. Левин К. Теория поля в социальных науках. СПб. : «Сенсор», 2000.
6. Ядов В. А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. 3-е изд., испр. М. : Омега-Л, 2007.

Социально-экономические трансформации в современном российском обществе

М. В. Морев

ТРЕНДЫ МИРОВОГО РАЗВИТИЯ И ИХ РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

МОРЕВ Михаил Владимирович — кандидат экономических наук, заведующий лабораторией исследования социальных процессов и эффективности государственного управления, Вологодский научный центр РАН (ФГБУН ВолНЦ РАН), Вологда, Россия.
E-MAIL: 379post@mail.ru

Аннотация. Под влиянием мировых процессов происходит методологическая, организационная и содержательная трансформация профессии «социолог». В частности, перед исследователем стоит задача расширения аналитического поля для выявления типичных для многих стран и специфических национальных характеристик общественного мнения. С этой целью было проведено исследование, заключающееся в сравнительном анализе динамики социологических данных, получаемых по результатам международных, национальных и региональных опросов общественного мнения. Анализировались динамика институционального и межличностного доверия, отношение граждан различных стран к политической системе и состоянию экономики, оценка собственного материального положения и прогнозы его развития, динамика эмоционального состояния, уровень социального капитала и др. Акцент сделан на социальном восприятии политической ситуации. Результаты позволили выявить некоторые национальные особенности (специфика отношения к главе государства, политическая апатия, важность культурно-исторического фактора в формировании институционального доверия), которые, с одной стороны, объясняют позиции России в динамике международных социологических данных, с другой — представляют собой важные нюансы общественного сознания, требующие учета при формировании основных направлений внешней и внутренней (прежде всего информационной) политики государства.

Ключевые слова: общественное мнение, глобальные вызовы, международные сравнения, региональный аспект

Благодарность. Материалы подготовлены при поддержке гранта РГНФ № 16-03-00188 «Региональный социальный капитал в условиях социально-экономического кризиса».

Научно-технологический прогресс, развитие информационных технологий, усиливающих вариативность выбора и, соответственно, противоречивость общественного сознания, постепенная утрата доминирующих позиций капитализма и либеральных ценностей, сопровождающаяся обострением международных отношений [Валлерстайн, 2015], экономическое неравенство [Novokmet, Piketty, Zucman, 2017] и многие другие глобальные вызовы предъявляют новые требования к профессиональным компетенциям, в том числе в науке и управлении. Одним из таких трендов является усиление роли общества как субъекта воздействия на государственную политику и актора преобразования социальной реальности, что актуализирует роль социального восприятия и преломления происходящих процессов и явлений в оценках общественного мнения [Merton, 1968; Ядов, 1999; Горшков, 2014].

Вследствие турбулентности глобальных изменений общественное мнение в различных ситуациях все больше может быть продиктовано не рациональным выбором, а эмоциональной составляющей и традиционными архетипами, заложенными в «генном коде». В связи с этим актуализируется вопрос о том, насколько данные социологических исследований, проводимых на национальном и региональном уровнях, коррелируют с результатами международных опросов, которые позволяют не только рассмотреть положение России в мире, но и во многом отражают представление мирового сообщества о нашей стране, что немаловажно в условиях усиления русофобских настроений на Западе.

Основными источниками информационной базы выступили:

1. Европейское социальное исследование (The European Social Survey). Проводится с 2001 г. с периодичностью 1 раз в 2 года (Россия участвует с 2006 г.). Объем выборки — 1500—3000 чел. в возрасте 15 лет и старше. Опросы проводятся по случайной репрезентативной выборке методом личных интервью. С целью расширения возможностей сопоставления результатов Европейского социального исследования с данными опросов, проводимых на национальном и региональном уровне, анализировались данные четвертой волны опроса (2008 г.), а также последней по времени, седьмой волны (2016 г.). Для анализа были отобраны страны, которые участвовали

в обеих волнах: Бельгия, Швейцария, Германия, Эстония, Финляндия, Франция, Великобритания, Ирландия, Нидерланды, Норвегия, Польша, Россия, Швеция, Словения, Израиль, Чехия (всего 16).

2. Исследование, проведенное ВолНЦ РАН в рамках гранта РГНФ «Региональный социальный капитал в условиях социально-экономического кризиса». Опрос проводился в июне 2016 г. Выборка — 1500 жителей Вологодской области старше 18 лет, проживающих в Вологде и Череповце, а также в Бабаевском, Великоустюгском, Вожегодском, Грязовецком, Кирилловском, Никольском, Тарногском, Шекснинском районах. Репрезентативность выборки обеспечивалась соблюдением пропорций между городским и сельским населением, между жителями населенных пунктов различных типов (сельские населенные пункты, малые и средние города); соблюдением половозрастной структуры взрослого населения области. Метод опроса — анкетирование по месту жительства респондентов. Ошибка выборки не превышает 3 %.

В работе также использовались результаты ежегодного международного исследования Edelman Trust Barometr (объем выборки — 32200 чел. в 28 странах), общероссийских исследований ВЦИОМ (объем выборки — 1600 чел.; источник — https://wciom.ru/), Института социологии РАН (4000 чел.).

Методическое ограничение: вследствие методических различий (объем и параметры выборочной совокупности, метод опроса и т. д.) значения эмпирических данных разных опросов сопоставлять некорректно, поэтому анализируются исключительно выводы, которые можно сделать по каждому из представленных социологических исследований.

Результаты анализа показали, что вопросами политики интересуется около 48—50 % россиян, что соответствует среднему уровню по 16 анализируемым странам (51 %). Наиболее высокий интерес к политике демонстрируют жители Германии, Швеции и Нидерландов (63—67 %). О некотором «расколе» россиян по данному вопросу говорят результаты общероссийских и региональных исследований. Так, по данным ВЦИОМ, в 2007 и 2016 гг. 52—54 % россиян отмечали, что не интересуются политическими событиями. В Вологодской области интересуются политикой 54 % людей, не интересуются — 46 %. С 2008 по 2016 гг. в большинстве европейских стран незначительно возрос уровень доверия парламенту (в России — с 3,9 до 4,3 балла), однако в целом доля доверяющих парламенту лишь в Норвегии и Швейцарии доминирует над удельным весом

людей, скептически относящихся к его деятельности. В 12 из 16 государств средний балл удовлетворенности тем, как руководство страны выполняет свою работу, менее 5 (по 10-балльной шкале), что подтверждает выводы ученых о глобальном кризисе доверия власти в 2010-х гг. [Edelman Trust Barometer, 2018].

Вместе с тем, в России данный показатель остается достаточно высоким (4,9 балла; выше только в Швейцарии, Норвегии, Нидерландах и Германии), что отражает тот факт, что для россиян особую роль в системе управления играет президент (как из-за личного авторитета В. Путина, так и вследствие исторически сложившейся традиции надеяться на национального лидера). Это, например, показывают общероссийские исследования, проводимые Институтом социологии РАН [Российская повседневность…, 2015: 15], а также результаты региональных опросов: более 65 % жителей Вологодской области доверяют президенту; 54 % — армии; от 40 до 50 % — российскому правительству, правоохранительным органам, церкви, науке, СМИ; от 30 до 40 % — региональным и местным органам власти; менее 30 % — некоммерческим организациям, политическим партиям, бизнесу.

Парламентские выборы 2016 г. (по итогам которых партия власти получила конституционное большинство в Государственной думе) и президентские выборы 2018 г. (на которых россияне показали рекордную явку и поддержку В. Путина) наглядно свидетельствуют о том, что российское общество если и хочет перемен, то постепенных, в рамках существующего курса развития.

Результаты международных, национальных и региональных исследований говорят о том, что в России актуальна проблема, связанная с возможностью участия граждан в политической жизни страны. По данным Европейского исследования, 75 % россиян говорят о том, что они не уверены в своей способности лично повлиять на решение тех или иных политических вопросов (больше только в Эстонии и Чехии — 80 и 83 % соответственно). Для сравнения, в среднем по 16 анализируемым странам это мнение разделяют 64 % людей, а в Германии, Норвегии, Швейцарии — около 43 %. По данным «Левада-Центра» на 2017 г., 68 % россиян говорят о том, что не могут влиять на ситуацию в своем населенном пункте, в области, в стране [Россияне…, 2017]. По данным региональных исследований, 82 % людей считают, что не могут влиять на положение дел в области или в стране; 74 % — на положение дел в муниципальном образовании.

Таким образом, отношение россиян к политической системе в стране в целом «не выбивается» из общемировых трендов, обладая при этом своими национальными особенностями, связанными прежде всего с ролью национального лидера. Однако представляет проблему невозможность (или ощущение невозможности) самореализации населения в решении политических вопросов. В настоящее время этот вопрос особо актуален в связи с необходимостью использования потенциала гражданского общества и общественного контроля в целях повышения эффективности системы государственного управления.

Список литературы

1. Валлерстайн И. [и др.] Есть ли будущее у капитализма? / пер. с англ. под ред. Г. Дерлугьяна. М.: Изд-во Института Гайдара, 2015. 320 с.
2. Горшков М. К. Об аксиоматической трактовке влияния неэкономических факторов на экономический рост // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2014. № 3. С. 45—56.
3. Российская повседневность в условиях кризиса: как живем и что чувствуем? / Информационно-аналитическое резюме по итогам общенационального исследования. М., 2015. 23 с.
4. Россияне не могут и не хотят влиять на власть — «Левада-центр» // Ведомости. 24.08.2017. URL: https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2016/08/24/654243-rossiyane-mogut-ne-hotyat-vliyat-vlast-levada-tsentr (дата посещения: 12.03.2018).
5. Ядов В. А. Россия как трансформирующееся общество (резюме многолетней дискуссии социологов) // Общество и экономика. 1999. № 10—11. С. 45—55.
6. Edelman Trust Barometer Global Report — 2014. 2018. 61 p.
7. Novokmet F., Piketty T., Zucman G. From soviets to oligarchs: inequality and property in Russia, 1905—2016 / National Bureau of economic research. Cambridge, MA. August 2017. 79 p.
8. Merton R. K. Social Theory and Social Structure, Free Press, 1968. 477 p.

Н. В. Дулина

КАЗНИТЬ НЕЛЬЗЯ ПОМИЛОВАТЬ: НОРМЫ МОРАЛИ И ПРАВА В СОЗНАНИИ СОВРЕМЕННЫХ ГОРОЖАН

ДУЛИНА Надежда Васильевна — доктор социологических наук, профессор кафедры «Социология», Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия.
E-MAIL: nv-dulina @volsu.ru

Аннотация. В современном обществе чрезвычайно важную роль в регулировании отношений между людьми играют право и мораль, основная функция которых заключается в целенаправленном воздействии на поведение людей, обеспечивающем баланс интересов отдельных индивидов, социальных групп или общества в целом. По каким законам — права или морали — живет современное общество? Динамика развития социальных процессов в настоящее время в больших городах делает необходимым изучение «пограничных практик», поскольку далее такие практики транслируются и закрепляются в пространстве повседневности как норма. В статье приводится опыт изучения особенностей восприятия пограничных практик в сознании горожан на основе результатов социологического исследования, выполненного в Волгограде и городах Волгоградской области. Проведенный анализ результатов исследования позволяет сделать следующие основные выводы. Во-первых, на уровне индивидуального сознания в качестве категорически неприемлемых в большинстве случаев воспринимаются действия, причиняющие вред (боль, смерть) отдельному человеку. Во-вторых, в качестве «приемлемых», как правило, воспринимаются действия (пусть даже нарушающие правовые нормы), которые либо не причиняют очевидного вреда конкретной личности, либо «наносят урон» (условный) не конкретному человеку, а государству или его институтам. В-третьих, восприятие некоторых «пограничных практик значительно различается у разных людей (и, более широко, у представителей различных социально–демографических групп). К таким практикам, например, относятся «аборт», «самоубийство», «проституция», «жестокое обращение с животными».

Ключевые слова: мораль, право, норма, пограничные практики, город, горожане, пространство повседневности

В хорошо знакомом со школьной скамьи вопросе Серапиона Мардарьича Градобоева из пьесы А Н. Островского «Горячее сердце»: «Так вот, друзья любезные, как хотите: судить ли мне вас по законам, или по душе, как мне Бог на сердце положит?» сошлись две ипостаси повседневного мира человека — право и мораль. Напомним, что пьеса была написана в 1869 г. Изменилось ли с тех пор отношение к закону и морали в массовом сознании? Скорее нет, чем да, если принять во внимание указание Н. Е. Тихоновой на то, что «наши сограждане и в настоящее время остаются в массе своей сторонниками «консенсусной» модели законопослушания, предполагающей, во-первых, что нормы закона обязательны для всех и только в этом случае они готовы их соблюдать, а во-вторых, что эти нормы прошли моральную легитимизацию, то есть соответствуют их представлениям о социальной справедливости» [Тихонова, 2011: 8]. Если это действительно так, то необходимо понимать, где в повседневных практиках право и мораль совпадают, где расходятся, а порой вступают в противоречие.

Право, как принято считать, является системой обязательных для всех формально определенных социальных норм (правил поведения), выражающих государственную волю, устанавливающихся и обеспечивающихся государством и направленных на урегулирование общественных отношений. Термином «мораль» определяется совокупность неписаных, условных (конвенциональных) принципов и норм поведения по отношению к себе, другим людям, социальным группам и обществу в целом. В наиболее общем виде мораль представляет собой комплекс (систему) исторически определенных норм, взглядов, принципов, оценок, убеждений. Мораль выражается в поступках людей, регулирует их действия с позиций добра и зла, честного и бесчестного, справедливого и несправедливого, поощряемого и порицаемого, благородства, совести, порядочности и других аналогичных нравственных критериев.

Мораль и право имеют ряд и общих черт, и различий. Строго говоря, могут быть выделены три класса «опривыченных действий» (как правило, для обозначения подобных форм поведения используются термины «социальные практики», или просто «практики» [Сафонова, 2009; Шугальский, 2012]):

1. Практики, которые являются «законными» (соответствуют правовым нормам) и воспринимаются основной частью общества как «моральные» (соответствуют представлениям о добре и справедливости).

2. Практики, которые являются «незаконными» и при этом воспринимаются обществом как «аморальные». Так, например, можно предположить, что к этой категории относятся насильственные преступления против личности, совершенные по корыстным мотивам.
3. Практики, для которых соотношение между «законностью» и «моральностью» неоднозначно и предполагает возможное противоречие.

а) практики, которые, несмотря на то что они не противоречат закону, воспринимаются / могут восприниматься значительной частью общества как «аморальные» (например, аборт или супружеская измена);

б) практики, которые, несмотря на то что они противоречат закону, воспринимаются / могут восприниматься значительной частью общества как приемлемые (например, уклонение от уплаты налогов или от службы в армии).

С точки зрения соотношения норм морали и права в повседневной жизни общества интерес представляют практики, относящиеся именно к третьему классу, которые условно можно обозначить термином «пограничные практики», поскольку закономерности их восприятия могут рассматриваться как маркеры — индикаторы, дифференцирующие людей на группы.

Научный интерес, связанный с выявлением приемлемости / неприемлемости пограничных практик взрослыми жителями Волгограда и городов Волгоградской области, а также анализом причин и механизмов формирования этих представлений, был реализован в ходе социологического исследования, проведенного в начале 2017 г. Цель исследования — выделение и описание представлений о допустимом и недопустимом социальном поведении, выделение оснований для формирования этих представлений с точки зрения морали и права. Объект исследования — взрослые жители Волгограда и городов Волгоградской области, относящиеся к различным демографическим и социальным группам. Предмет исследования — закономерности, особенности, демографические и социальные детерминанты восприятия людьми пограничных практик — то есть форм поведения, которые могут по-разному оцениваться с точки зрения морали и права. Исследование по своей сути было комплексным, включало как количественные (формализованное CATI-интервью, выборка — комбинированная: стратификация по территории проживания, квотирование по полу и возрасту, объем выборки — 400 респондентов), так и качественные (фокусированное групповое интервью, применялась направленная целевая выборка, всего было проведено две группы, в каждой из которых приняли участие по восемь

респондентов, взрослые жители Волгограда) методы сбора информации. В части обработки и анализа полученных данных использовались методы традиционного анализа документов, методы описательной статистики, методы детерминационного анализа.

Не имея возможности представить в рамках данного материала все полученные результаты, приведем лишь одну иллюстрацию, полученную в ходе фокус-групповых интервью.

Так, в ходе проведения фокус-групп респондентам было предложено индивидуальное задание — сортировка карточек, на которые были вынесены отдельные пограничные практики, на специальном поле с координатами:

— «Действия, которые полностью / всегда соответствуют требованиям морали» — «Действия, которые полностью / всегда противоречат требованиям морали».

— «Действия, которые полностью / всегда соответствуют требованиям закона» — «Действия, которые полностью / всегда противоречат требованиям закона».

Обобщенные результаты ранжирования карточек с пограничными практиками на «шаблонах сортировки» представлены в таблице 1. Чем меньше (ближе к единице) ранг пограничной практики, тем более «недопустимой» (осуждаемой, неприемлемой) она представляется участникам фокус-группы. Следует отметить, что, несмотря на использование методов количественной обработки результатов ранжирования карточек, фокус-групповые дискуссии являются методом проведения качественных исследований. Представленные результаты обработки могут рассматриваться лишь как иллюстративные (справочные) материалы и ни в коем случае не должны интерпретироваться как строгие результаты количественных исследований.

Таблица 1. ***Оценка респондентами «законности» и «моральности» пограничных практик***

Практика	Оценка «законности»		Оценка «моральности»	
	Средний балл	Ранг	Средний балл	Ранг
Покупка краденых вещей	4,3	15	4,9	15
Обогащение за счет других	2,7	4	4,6	13
Передача и получение взятки	3,1	9	2,6	6
Безбилетный проезд в транспорте	5,1	18	4,4	12
Уклонение от уплаты налогов	4,4	17	2,4	3

Практика	Оценка «законности»		Оценка «моральности»	
	Средний балл	Ранг	Средний балл	Ранг
Употребление наркотиков	2,9	7	2,9	8
Жестокое обращение с животными	3,4	12	2,4	5
Сопротивление полиции	3,7	13	2,8	7
Политическое убийство	2,3	3	2,4	3
Измена Родине	2,1	2	1,8	1
Уклонение от службы в армии	4,3	14	3,3	10
Присвоение найденных денег, вещей	4,3	15	4,6	13
Аборт	2,8	6	5,7	16
Проституция	3,0	8	2,9	8
Самоубийство	2,7	4	3,9	11
Пытки	1,4	1	2,1	2
Деловая необязательность	3,3	11	5,8	17
Супружеская измена	3,1	9	6,2	18

Объясняя, почему те или иные карточки оказались у них на первых и последних местах, участники фокус–групп отметили следующее:

— на первых местах оказались по преимуществу преступления против личности, связанные с применением насилия (пытки, политическое убийство), а также измена Родине;
— мужчины в качестве категорически неприемлемой практики также рассматривают самоубийство (ранг 1, среди женщин — ранг 3), а женщины — жестокое обращение с животными (ранг 3, среди мужчин — ранг 9);
— в качестве наименее осуждаемых практик рассматриваются практики, которые не связаны с насилием и убийством, а также «не приносят вреда никому конкретно» (например, безбилетный проезд в транспорте).

Закономерности развития права и морали неизбежно порождают противоречия между ними, которые отражаются в индивидуальном сознании. Однако утверждения «мораль требует от человека больше и судит строже», «там, где право порой молчит, нравственное чувство осуждает» [Митина, 2007], на наш взгляд, являются слишком сильными. Напротив, в ряде случаев нормы морали, отраженные в индивидуальном сознании, «санкционируют» совершение действий, которые в явной форме запрещены правовыми нормами (в частности — уголовным и административным правом).

Список литературы

1. Митина С. И. Теория государства и права. Великий Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрого, 2007. URL: https://scicenter.online/prava-gosudarstva-teoriya-scicenter/teoriya-gosudarstva-prava-uchebnoe-posobie.html (дата посещения: 10.02.2018).
2. Сафонова Т. В. Исследование практики в социологии после Эмиля Дюркгейма // Журнал социологии и социальной антропологии. 2009. Том XII. № 1 (46). С. 15—31. URL: http://ecsocman.hse.ru/data/2010/04/28/1214162280/Safonova_2009_N1-2.pdf (дата посещения: 10.02.2018).
3. Тихонова Н. Е. Динамика нормативно-ценностной системы российского общества (1995—2010 годы) // Общественные науки и современность. 2011. № 4. С. 5—20.
4. Шугальский С. С. Социальные практики: интерпретация понятия // Знание. Понимание. Умение. 2012. № 2. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnye-praktiki-interpretatsiya-ponyatiya (дата посещения: 10.02.2018).

Е. Л. Круглова

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ ИЗМЕРЕНИЯ БЕДНОСТИ В РОССИИ И США: ВЗГЛЯД СОЦИОЛОГА

КРУГЛОВА Елена Леонидовна — кандидат социологических наук, старший преподаватель департамента социологии, истории и философии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия.
E-MAIL: alena-1887@mail.ru

Аннотация. в статье рассматриваются подходы к определению бедности в России и США. Анализируются социальные портреты бедных этих двух стран. Выделяются основополагающие различия как в изучении вопросов бедности в целом, так и в отношении к бедным как к категории граждан, в частности.

Ключевые слова: бедность, концепции бедности, прожиточный минимум, социальный портрет бедного

Бедность как проблема и глобальный социальный феномен длительное время в России не входила в круг научных интересов ни философов, ни экономистов, ни социологов. Лишь с конца XIX века данной проблеме начинают уделять особое, в том числе и научное внимание. Именно в это время остро ставится проблема тяжелого положения, нищеты и бесправия рабочих и крестьян в работах П. Сорокина, В. Берви-Флеровского, Н. Бердяева. Причины, происхождение, формы бедности и меры борьбы привлекали внимание российских социологов и историков XIX века — Н. Костомарова, А. Щапова, Н. Бочечкарова, М. Воронова, А. Левитова. Этот период можно обозначить как первый этап социологического осмысления феномена бедности в России. Далее тема бедности прочно занимает умы ученых, среди которых стали выделяться социологи.

В США, несмотря на укоренившиеся в наших умах понятия «американской мечты» и «страны возможностей», проблема бедности стоит очень остро, и ее изучению были посвящены многочисленные исследования (например, ученых как М. Оршански, Х. Ваттса, Д. Фостера). В качестве официального определения бедности была принята формулировка, данная в 1963 г. М. Оршански, которая используется и в настоящее время.

В соответствии с этим подходом, черта бедности, или минимальный доход семьи, устанавливалась на уровне троекратной стоимости продуктов питания, согласно принятым на 1955 г. рационам для домашних хозяйств определенного состава и размера.

Исходя из последних статистических данных, США по количеству бедных обогнали Россию. По итогам 2016 г. уровень бедности в США стал выше 14%, а в России едва достиг 13% [Федеральная служба…]. Насколько корректно сравнение этих чисел в целом и сопоставление «среднестатистического бедного» двух стран в частности, мы постараемся определить в этой статье.

Первый и основной пункт — подходы к измерению бедности. После пристального изучения становится очевидно, что в рассматриваемых странах они совершенно различны, поэтому брать показатели уровня бедности за основу сравнения не представляется возможным. В США это так называемый абсолютный подход, когда устанавливается минимальный предел доходов населения, ниже которого наступает бедность. Когда оценивается уровень бедности, то к нуждающимся причисляются люди с доходами ниже этой официально установленной черты.

В России в качестве показателя бедности используется прожиточный минимум, который представляет собой показатель объема и структуры потребления важнейших материальных благ и услуг на минимально допустимом уровне, необходимом для поддержания жизнедеятельности индивидуума.

Директор Института социальной политики и социально-экономических программ НИУ ВШЭ, доктор экономических наук С. Смирнов так говорит о допустимых методиках расчета бедности в России: «Расчет уровня бедности, исходя из минимальной потребительской корзины, а не уровня минимального размера оплаты труда (МРОТ), — разумный подход. МРОТ — это достаточно абстрактная величина. Можно получать, условно говоря, 25000 руб. в месяц, согласно среднему уровню зарплаты по России, но когда буханка хлеба будет стоить при этом 10000 руб., то понятно, что все мы станем бедными. А можно получить 25 руб., а буханка будет стоить копейку, а автомобиль — 30 руб., и это уже будет означать, что вы — человек не бедный. Так что, на мой взгляд, оценивать уровень бедности лучше согласно тем самым минимальным потребительским корзинам, которые рассчитываются исходя из ряда показателей. Другое дело, что не идеальна, мягко говоря, сама методика их расчета. Это, конечно, некий очень условный показатель» [Мартынюк, 2018].

Исходя из данных Росстата, можно представить социальный портрет российского бедного. Из наиболее интересных моментов отметим, что пенсионеры в большинстве своем не включены группу нуждающихся. 62,5 % бедных — это трудоустроенные люди, 20 % — дети до 15 лет из бедных семей. Около 60 % бедных — люди трудоспособного возраста, семейные, с детьми. Таким образом, по данным Росстата, бедность в России связана с низким уровнем заработной платы, а вовсе не с нежеланием работать или недостатком выплат от государства. Последний пункт как раз подтверждается данными о пенсионерах: тем, кто получает пенсию ниже прожиточного минимума, государство доплачивает сумму, которой не хватает, и таким образом исключает их из группы бедных по официальным данным. Что касается территориального фактора, то здесь все не так удивительно, как с социальным портретом бедного. Большинство бедных проживают в сельской местности и небольших городах (65,5 %). Портрет американского бедного довольно сильно отличается от российского. К этой категории граждан в США относятся люди с психическими отклонениями, зависимые от алкоголя или наркотиков, бывшие заключенные и одинокие матери без поддержки семьи.

Подтверждением разницы в уровне жизни людей с равными изначально возможностями в двух рассматриваемых странах может служить таблица с данными заработной платы.

Таблица 1. ***Средние заработные платы США/РФ***

Профессия	**США (долл.)**	**РФ (долл.)**
Врач	13570	250
Учитель	8300	200
Инженер	7900	390
Полицейский	4600	550
IT-специалист	7500	470
Пожарный	4600	390
Водитель	4150	790
Менеджер	5400	470
Разнорбочий	3300	550

* По данным [Статистическое бюро США; Федеральная служба]

Специалисты ООН прогнозируют, что к 2050 г. 80 % населения Земли будет жить в бедности. Виной тому станет множество факторов, включая и перенаселение планеты. При всей своей фантастичности, такое будущее уже и сейчас для немалой доли населения в мире (и, в частности, в России) стало суровым сегодняшним днем.

Список литературы

1. Мартынюк В. Бедных в России власть не может даже правильно посчитать. URL: www.km.ru (дата обращения: 28.03.2018).
2. Статистическое бюро США. URL: www.census.gov (дата обращения: 28.03.2018).
3. РОССТАТ. Федеральная служба государственной статистики. URL: www.gks.ru (дата обращения: 28.03.2018).

И. Ю. Бондарева

ВОЗМОЖНОСТИ И ОГРАНИЧЕНИЯ ПРАКТИК СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА САМОЗАНЯТОСТИ

БОНДАРЕВА Ирина Юрьевна — аспирант кафедры социологии философского факультета, Университет в Новом Саде, Нови Сад, Сербия.
E-MAIL: ibond.rs@gmail.com
ORCID: 0000-0002-4691-5148

Аннотация. Самозанятые, прекариат, фрилансеры, креативный класс — этими и некоторыми другими терминами в современной социологии и экономике обозначают людей, которые не вписываются в классовую структуру общества и другие модели социальной стратификации. Не замечать этих людей уже невозможно даже статистически: новый социально-экономический слой в последние десятилетия увеличивается с арифметической прогрессией. Отсутствие четкого определения места самостоятельно занятых работников в социальной структуре общества и их классификации порождает проблему размытия и нечеткого обозначения объекта как социологии предпринимательства в целом, так и отдельных исследований. Разработка и описание классификации трудоспособного населения, учитывающей появление новых профессий и социальных групп, вероятно является единственно верным решением для того, чтобы максимально полно раскрыть структуру современного общества. В связи с этим в статье были изучены понятия «самозанятые», «фриланс», «прекариат», «креативный класс», определено место фрилансеров в существующих концепциях социальной стратификации, предложена новая классификация трудоспособного населения, раскрыта современная дефиниция терминов «новые ремесленники», а также «вольные труженики».

Ключевые слова: фриланс, фрилансеры, занятость, самозанятые, новые ремесленники, социология предпринимательства

Появлению новых форм трудовой занятости способствуют переход к постиндустриальной экономике в странах «первого и второго мира», развитие информационных технологий, появление новых отраслей и профессий, новых требований к работникам и выработка иных, чем

были раньше, ценностных систем, диктующих потребности в свободном графике, «работе на себя» и прочим атрибутам новой свободной жизни.

Так, наиболее распространены в неакадемических кругах, благодаря широкому использованию их в СМИ и социальных сетях, понятия фриланс и фрилансеры — как определения нового вида самостоятельной занятости. Но ни точного, ни исчерпывающего определения этому понятию в современных социальных и экономических науках нет, хотя определений этого явления довольно много. И не только определений, но и новых понятий и категорий. Критический взгляд, необходимый для строго научного исследования, указывает на то, что существующая категоризация данного явления не только не позволяет прояснять ситуацию, но даже запутывает исследователя-социолога. Используемые на сегодняшний день структуризации заимствованы из экономической теории, статистики и юриспруденции и, соответственно, отражают сущностные особенности объекта, важные именно для этих дисциплин. Терминологический и понятийный аппарат социологии, описывающий данную часть общества, на сегодняшний день представляется слабо разработанным и требующим усиления теоретической базы. На наш взгляд, сложность составляют в первую очередь определение объекта социологии предпринимательства и прояснение пределов, границ этого объекта.

Разнообразие самозанятых работников настолько обширно, что учесть все социально значимые характеристики кажется невозможным. Статистика дает лишь приблизительную численность той или иной группы работников. Во-первых, границы самозанятости весьма условны. Во-вторых, многие самостоятельно занятые работники не указывают род своей деятельности и часто представляют так называемую теневую занятость.

Международная классификация статусов занятости, на основании которой проводятся многочисленные социологические исследования, не позволяет отделить категорию самостоятельно занятых работников от предпринимателей. При этом не дает возможности измерить социальные, правовые, экономические и другие признаки, присущие каждой отдельной группе. Это проблема не только для социологии, изучающей все сферы общественной жизни, но и для экономической статистики государства, которая не может в полной мере отследить нелегальную занятость и, соответственно, реальный уровень доходов населения, уровень безработицы и т. д.

Именно понимание социальной позиции фрилансеров и их отличие от других страт в современном обществе, а не их материальное положе-

ние важно для социологического анализа. Современная интерпретация, существующая в социологии труда, по социально значимым характеристикам приравнивает феномен самозанятости к фрилансу, чего быть не может. Мы выяснили, что самозанятые граждане — это большой социальный слой, который включает в себя как предпринимателей, так и фрилансеров.

В рамках данной работы с точки зрения социологического подхода нами было проанализировано содержание понятия «фриланс», в результате чего мы выяснили, что ни одно существующее определение не подходит для описания данного феномена. Поэтому нами была разработана следующая дефиниция данного термина: *фрилансер — это индивид, самостоятельно, без наемных рабочих, осуществляющий деятельность по оказанию услуг или производству товара с целью получения систематической прибыли.*

При попытке определения места фрилансеров в существующих социально-классовых структурах общества мы пришли к выводу, что по различным критериям они могут относиться к нескольким классам одновременно. Например, к креативному классу [Florida, 2012] или к прекариату [Standing, 2011]. В соответствии с действующей американской социально-экономической структурой фрилансеры могут относиться к пяти из шести выделяемых классов, исключая класс капиталистов [Gilbert, 2010].

В связи с этим нами была разработана новая классификация, опирающаяся на социологический подход. Согласно ей, мы четко обозначили границы самозанятости, фриланса и предпринимательства, а также выделили новые подгруппы каждого вида занятости. Так, трудовое население мы разделили на две большие группы *самостоятельно* и *несамостоятельно занятых*. Для более точного обозначения границ были введены три критерия для данных групп: наличие или отсутствие рабочей силы, созидательного начала (т. е. наличие или отсутствие процесса создания товаров или услуг), а также присутствие интеллектуальной или творческой составляющей. В итоге мы получили следующие четыре группы работников: самостоятельно занятые — предприниматели, фрилансеры; несамостоятельно занятые — менеджеры, рабочие. Поскольку главным критерием было наличие или отсутствие творческой или интеллектуальной составляющей, появилась необходимость дать определения новым группам. Так мы ввели в оборот два новых понятия: *«новые ремесленники»* и *«вольные труженики»*. Под первыми мы понимаем

самостоятельно занятых индивидов, работающих без найма персонала, производящих товары или услуги с целью получения прибыли, в труде которых присутствует интеллектуальная или творческая составляющая. К таким мы относим фотографов, журналистов, дизайнеров, переводчиков, ведущих праздников, писателей, художников и т. д. — всех тех самостоятельно занятых работников, в труде которых присутствует творческое начало. Вторая подгруппа фрилансеров — *вольные труженики, это самостоятельно занятые индивиды, производящие товары или услуги без творческой или интеллектуальной составляющей с целью получения прибыли,* например, водители такси, граждане, сдающие жилье в аренду, мастера по ремонту помещений, лица, выгуливающие собак и т. д. Наличие творческой или интеллектуальной составляющей, на наш взгляд, является принципиальным моментом, поскольку именно данный критерий позволяет максимально полно определить принадлежность людей к той или иной группе работников, обозначить их социально-экономические и другие характеристики, а следовательно — лучше представить структуру современного общества.

Для более глубокого понимания рассматриваемых феноменов мы сравнили характеристики фрилансеров и предпринимателей в связи с тем, что часто данные понятия приравнивают друг к другу. Однако их объединяет только то, что обе категории работников относятся к группе самозанятых, на этом их сходства заканчиваются. Среди множества отличий выделим следующие: фрилансеры ищут работодателей, а предприниматели ими являются, следовательно, фрилансеры не могут иметь в подчинении людей. Фрилансеры, в отличие от бизнесменов (в российской практике бизнесмены и предприниматели приравниваются), получают оплату по факту выполненной работы. Предприниматели «гибкие», а фрилансеры берутся только за ту работу, которую лично умеют выполнять, т. е. разработчик сайтов никогда не возьмется переводить текст с иностранного языка, поскольку в этом некомпетентен. А предприниматель может нанять в штат «свободного художника», который эту работу с удовольствием выполнит. Конечно, сильно разнятся получаемые доходы, затраты и финансовые риски.

Мы считаем, что разработанная нами классификация и определение новых категорий работников позволят научному сообществу более детально подходить к вопросу изучения данных феноменов, что, в свою очередь, даст возможность получить более полную и развернутую характеристику современного общества.

Список литературы

1. Florida R. The Rise of the Creative Class. 2012.
2. Gilbert D. The American class structure in an age of growing inequality. 8th ed. 2010.
3. Standing G. The Precariat: The New Dangerous Class. Bloomsbury Academic, 2011.

М. Н. Исмагулова

ИССЛЕДОВАНИЕ ДИСКРИМИНАЦИИ В МОЛОДЕЖНОЙ СРЕДЕ: МНЕНИЯ, ОТНОШЕНИЯ, ПРАКТИКИ

ИСМАГУЛОВА Малика Ниязовна — студентка I курса бакалавриата «Организация работы с молодежью», Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия.
E-MAIL: airovskie@gmail.com

Аннотация. В статье анализируется отношение современной молодежи к проблеме дискриминации, рассматривается воздействие дискриминационных практик на молодое поколение. На основе результатов эмпирического исследования подтверждается наличие дискриминационных практик (лукизм, эйджизм, гендерная и расовая дискриминация и стереотипизация) и неравенства между различными социальными группами; производство и воспроизводство личностной дискриминационной позиции молодежи, основаниями которой служат стереотипы и предубеждения в отношении внешнего облика, гендерных, этнических и возрастных характеристик.

Ключевые слова: дискриминация, расизм, гендерное неравенство, лукизм, эйджизм, стереотипы

Зарождение демократических ценностей и их дальнейшее распространение одной из главных поставили проблему равенства людей во всех сферах жизнедеятельности. Процесс уравнивания людей в их правах и возможностях происходил долгое время и идет до сих пор. Антитезой равенства является дискриминация, препятствующая становлению истинной демократии. Дискриминация оказывает влияние как на мировое сообщество в целом, так и на нижестоящие уровни: государство, народ, личность. Как и все человечество, дискриминация эволюционирует со временем — а значит, требует непрерывной борьбы, что и обуславливает актуализацию этой проблемы в современном мире.

Проблема дискриминации стала предметом изучения социологов лишь в 1920—1930-е годы в США. Предпосылкой этому стали назревшие проблемы колониализма, связанные в первую очередь с угнетением «цветного» населения. Со временем внимание привлекли и неравенство

полов, и дискриминация по возрастному признаку (эйджизм), и ущемление «некрасивых» (лукизм).

Основная цель нашего исследования — выделить и описать формы и виды дискриминации в молодежной среде по гендерному, этническому, возрастному и внешнему признакам. Задачи:

— исследование отношения и мнения о дискриминации в молодежной среде;
— изучение «допустимой» (оправданной и совершаемой в отношении других) молодыми людьми дискриминации, стереотипов и видов дискриминационных практик среди молодежи.

Чтобы выявить дискриминационные тенденции и состояние проблемы дискриминации в современной молодежной среде, нами был разработан и апробирован инструментарий прикладного исследования. В составленную анкету вошли вопросы открытого и закрытого типа. В исследовании, проводившемся осенью 2017 г., приняли участие студенты третьего курса разных направлений подготовки (связанных с социальной сферой и управлением государственных и коммерческих структур и организаций) Кубанского государственного университета в количестве 500 человек.

В ходе исследования было выяснено, что большая часть студентов правильно понимает значение термина «дискриминация» и осведомлена о наиболее часто встречающихся ее формах и видах. Лишь 25 % опрошенных осознают и признают, что испытывали дискриминацию в свой адрес по различным признакам: *«При устройстве на работу координатором мероприятий мне предпочли парня, так как до этого на этой должности работал мужчина, и руководитель объяснила это тем, что ей будет привычнее работать с мужчиной».*

Некоторые студенты признали собственную дискриминацию по отношению к людям по признакам их внешних дефектов и «непривлекательности», национальности и возраста: *«Я не люблю большинство жителей гор, они наглые и отпускают унизительные комментарии в сторону девушек. Я не хочу оправдываться, я имею право думать так, как я считаю нужным».*

Большая часть опрошенных считают, что в современном мире представители разных национальностей не имеют равных прав при трудоустройстве, и объясняют такой расклад личными предпочтениями руководства и укоренившимися в обществе стереотипами. Более 50 % опрошенных студентов отмечают, что национальность имеет значение в таких про-

фессиональных сферах, как политика, государственное управление и представительство, религия. Лишь меньшинство считает, что фактор национальности не имеет никакого значения в любых ситуациях.

Студентам было предложено, выступая гипотетическим работодателем, нанять сотрудника на должность синхронного переводчика из четырех представителей: украинки, китайца, русского и афроамериканки. 50 % респондентов ответили, что предпочли бы нанять человека русской национальности, объясняя свою позицию ментальной близостью, недоверием к другим нациям и более высокими профессиональными качествами данного кандидата.

Согласно данным опроса, отношения женщин и мужчин в нашем обществе равноправные: *«Женщины присутствуют в достаточном количестве как на высоких политических должностях, так и в бизнес-сфере. У нас нет дискриминации по половому признаку».*

Однако большинство респондентов считают, что при приеме сотрудников на работу на должности, связанные с управлением, тяжелым физическим трудом и традиционными «женскими» и «мужскими» профессиями, присутствует неравноправие. Были выявлены некоторые стереотипы о таких «женских» и «мужских» профессиях. По мнению участников исследования, «женские» профессии предполагают общение с другими людьми, творчество, бизнес, преподавание, деятельность в индустрии красоты и управление. «Мужскими» именуются профессии в военном деле, политике, управленческой и правоохранительной сфере, системе государственной службы, медицине, бизнесе, а также связанные с тяжелым физическим трудом и точными науками.

Большинство респондентов, выступая в роли гипотетического работодателя и выбирая из представителей обоих полов различных возрастов, наняли бы на подчиненную себе должность молодую девушку. Примечательно, что ни один из опрошенных не отдал предпочтение работнику-мужчине 56 лет.

Подавляющим среди студентов является мнение о том, что возраст — показатель опытности, мудрости, ответственности, следовательно — и профессиональной ценности работника, что подтверждает неизжитый в России культ поклонения старшему поколению: *«На мой взгляд, чем старше работник, тем он ценнее. Связано это с тем, что у них больше опыта».*

Фактор возраста, по мнению студентов, играет роль в таких сферах занятости, как государственная служба, управление, медицина, правоохранительная деятельность, IT-технологии и спорт.

Опрошенные представители молодежи считают, что внешность имеет значение при трудоустройстве на публичные, представительные должности и должности, предполагающие работу с людьми. Наименьшая часть опрошенных утверждает, что внешность не играет никакой роли при приеме на работу.

Участникам исследования было предложено выбрать работника на должность программиста в крупную компанию. Большая часть респондентов выразила мнение, что при выборе на эту должность внешность не имеет значения. Вторым по популярности выбором ответа стал *«сухощавый мужчина с правильными чертами лица»*. Этот результат был предсказуем, так как, разрабатывая этот образ, мы основывались на распространенных стереотипах о том, как обычно выглядит работник этой сферы, что и подтвердили ответы студентов: *«Так наиболее часто выглядят хорошие программисты».* Меньшая доля опрошенных отдала предпочтение *«полной девушке, страдающей акне»*.

При ранжировании предложенных качеств (внутренних и внешних) потенциального работника студенты выше всего оценивали внешние параметры: *«хорошая физическая форма», «приятные черты лица», «опрятный маникюр и прическа», «умение одеваться соответствующе профессии и должности».*

Итак, исходя из результатов нашего исследования, можно сделать следующие основные выводы: современная молодежь полноценно не осознает многообразие дискриминационных практик и, следовательно, не идентифицирует их как таковые. Среди молодых людей распространены некоторые гендерные, расовые, возрастные и лукистские стереотипы. Студенты имеют довольно серьезные дискриминационные установки в отношении женщин, лиц пенсионного возраста, а в особенности «некрасивых» людей, не подходящих под современные стандарты красоты.

Л. В. Рожкова, Д. С. Шилин

ТРУДОВЫЕ ЦЕННОСТИ В СТРУКТУРЕ СОЦИАЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА МОЛОДЕЖИ

РОЖКОВА Лилия Валерьевна — доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры «Экономическая теория и международные отношения», Пензенский государственный университет, Пенза, Россия.
E-MAIL: mamaeva_lv@mail.ru
ORCID: 0000-0001-7058-4871

ШИЛИН Дмитрий Сергеевич — аспирант кафедры «Экономическая теория и международные отношения», Пензенский государственный университет, Пенза, Россия.
E-MAIL: met414@mail.ru

Аннотация. Исследование современного состояния, особенностей формирования и развития социального потенциала молодежи в условиях происходящих социально-экономических и социокультурных изменений в российском обществе является актуальной задачей. Трудовой потенциал и трудовые ценности, выступая в качестве компонентов социального потенциала, определяют резервы и возможности трудового участия молодого поколения в преобразовании общественной системы. В статье представлен социологический анализ трудовых ценностей и ориентаций по материалам исследований среди студенческой молодежи, проведенных в 2010 и 2012 гг. в регионах Поволжья, и исследования 2018 г. среди молодежи Пензенской области. Полученные результаты показывают практически идентичные данные. «Ядро» трудовых ценностей молодежи составляет высокооплачиваемая, интересная работа. Несмотря на усиление экономической рациональности и прагматических ценностей в отношении труда, для молодежи повышается общественная значимость труда. Собственные усилия и упорный труд лидируют среди факторов трудового успеха; отмечается рост инициативности и предприимчивости как условий получения хорошей работы. Молодые люди демонстрируют как активные «достижительные», так и распределительные экономические ориентации.

Ключевые слова: социальный потенциал, социокультурные особенности, молодое поколение, студенческая молодежь, трудовой потенциал, трудовые ценности

Благодарность. Статья подготовлена при финансовой поддержке гранта Президента РФ для государственной поддержки молодых российских ученых МД-328.2018.6 по научному исследованию «Социокультурные особенности формирования социального потенциала молодежи в условиях кризиса и трансформации российского общества».

Исследование различных составляющих социального потенциала молодежи, его современного состояния и социокультурных особенностей представляется актуальным направлением анализа в силу поиска направлений его формирования и реализации в интересах поступательного развития общества. Ценностно-нормативные установки как компоненты социального потенциала выступают в качестве резервов, определяющих возможности и характер участия молодежи в социально-экономических и инновационных проектах. Ценностные компоненты социального потенциала молодежи подвижны, неустойчивы, противоречивы, что оказывает влияние на уровень развития ее социального потенциала. Особый интерес сегодня представляет анализ трудовых ценностей, трудового потенциала молодежи.

Социально-экономические изменения постсоветской России открыли для молодежи новые аспекты трудового поведения и трудовой мотивации. Стали доминировать материальные, прагматические трудовые ценности, произошла девальвация общественной значимости труда, возникло противоречие между реальным состоянием ценностного сознания и общественной потребностью в активизации трудовых ценностей.

Согласно результатам исследования Института социологии РАН [Молодежь, 2007], в 2007 г. подавляющее большинство молодежи (85 %) хотело иметь высокооплачиваемую работу. На втором месте была интересная работа (63 % респондентов), на третьем (26 %) — профессиональное признание. Только 14 % хотели, чтобы работа была социально значимой, приносящей пользу обществу [там же]. В 2010 г. молодые люди выдвигали схожие требования: работа с высокой оплатой (79,2 %), интересная (48,2 %), с хорошими условиями труда (39,7 %) и социальными гарантиями (30,4 %). Работу, которая приносит пользу обществу, выбрали 12,5 % опрошенных [Горшков, Шереги, 2010: 169].

В рамках реализации первого этапа гранта Президента РФ в 2018 г. было проведено исследование среди молодежи вузов Пензенской области «Социокультурные особенности социального потенциала молодежи». Результаты исследования выявили основные факторы при выборе

работы (в порядке убывания): высокооплачиваемая работа; интересная, творческая работа; с возможностью карьерного и профессионального роста. Была установлена тенденция к росту общественной значимости труда: 17,11% респондентов отдают предпочтение работе, приносящей пользу людям, обществу. Следует подчеркнуть, что по данным опроса студентов г. Пензы «Трудовые установки в структуре ценностей студенческой молодежи» (2012 г.) доля таких респондентов составляла 10%.

Современное молодое поколение больше, чем другие группы, демонстрирует достижительные мотивации, что «…соответствует типу личности, готовой к индивидуальному риску в условиях конкурентной среды. Они не боятся ставить задачи, которые требуют приложения усилий с их стороны» [Горшков, Шереги, 2010: 182]. По данным исследования «Модернизационные ориентации и ценности студенческой молодежи» (Поволжье, 2010 г.), около половины опрошенных (46%) ориентированы на «распределяемый доход», 50% — на «достижительность» [Рожкова, 2011: 82—83].

Молодые люди вырабатывают определенные установки и реализовывают их в зависимости от своих притязаний. Исследование студентов пензенских вузов (2012 г.) показывает, что среди социально-психологических установок в сфере труда у большинства преобладает установка много работать и хорошо зарабатывать (44,6%). По исследованию 2018 г., 40,79% студентам свойственна эта ориентация. При этом отмечается рост ценности интересной работы вне зависимости от заработка (14,9% в 2012 г. и 26,32% — в 2018 г.) и снижение значимости социальных гарантий работы (32,4% в 2012 г. и 23,69% — в 2018 г.). Также заметен незначительный рост тенденции иметь больше свободного времени даже при небольшом заработке (1,4% и 3,95% соответственно).

Интересными представляются результаты о наилучших условиях для получения хорошей работы. Исследования М. К. Горшкова и Ф. Э. Шереги (2010 г.) показали, что молодежь среди главных таких условий рассматривает высокую квалификацию, знания (50,4%), связи и знакомства (39,7% опрошенных) [Горшков, Шереги, 2010: 169—170]. По исследованиям 2012 и 2018 гг. среди студенческой молодежи были выделены следующие факторы (в порядке убывания): высокая квалификация (66,2% в 2012 г. и 61,84% — в 2018 г.); полезные связи (71,6% и 52,63% соответственно); предприимчивость и инициативность (39,2% и 46,05%). Также отмечается рост ориентаций на упорный труд (с 21,6% в 2012 г. до 34,21% в 2018 г.). Следует подчеркнуть, что ценности высокой квалификации

и нужных связей достаточно велики, что, возможно, обусловлено объектом исследования: ценностные ориентиры и приоритеты студенчества отличны от остальной части молодежи. Вместе с тем наблюдается положительная тенденция к распространению среди молодежи ценностей предприимчивости и инициативности, снижению доминирования полезных связей и знакомств. Собственные усилия и упорный труд лидируют среди факторов трудового успеха. Согласно данным за 2010 г., собственные усилия и упорный труд занимают первое ранговое место (80 % студентов) [Рожкова, 2011]. Исследование 2018 г. выявило примерно ту же долю таких студентов — 76,32 %. Значимость такого социального ресурса, как «наличие хороших связей, нужных знакомств», также практически не изменилась: 52 % в 2010 г. и 51,32 % — в 2018 г. Несмотря на то что меньше студентов стали надеяться на случайное стечение обстоятельств, несколько снизилось стремление к планированию своей трудовой траектории: с 39 % в 2010 г. до 26,32 % в 2018 г.

Таким образом, трудовые ориентации современной молодежи лабильны, что обусловлено ее нестабильным положением в сфере занятости и социально-экономической ситуацией в стране. Результаты исследований свидетельствуют о трансформации трудовых ценностей молодежи. Несмотря на сохраняющуюся значимость высокооплачиваемой работы, повышается внимание к интересной работе, отмечается рост инициативы, предприимчивости. Собственные усилия и упорный труд лидируют среди факторов трудового успеха, снижается роль полезных связей и знакомств в получении хорошей работы. Положительной тенденцией является рост общественной значимости труда для молодежи.

Список литературы

1. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России: социологический портрет. М. : ЦСПиМ, 2010. 252 с.
2. Молодежь новой России: ценностные приоритеты. Аналитический доклад ИС РАН: [подготовлен в сотрудничестве с Представительством Фонда им. Ф Эберта в РФ]. М., 2007. 62 с.
3. Рожкова Л. В. Модернизационные ориентации и ценности современной студенческой молодежи. Пенза : Изд-во Пенз. гос. ун-та, 2011. 330 с.

И. Р. Казаков

ПОТЕНЦИАЛ МОЛОДЕЖИ В РАЗВИТИИ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА И ВОЛОНТЕРСКОГО ДВИЖЕНИЯ В РОССИИ (ПО МАТЕРИАЛАМ ИССЛЕДОВАНИЙ В МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ)

КАЗАКОВ Илья Романович — магистр политических наук, консультант отдела социологических исследований и мониторинга общественно-политической ситуации, Главное управление социальных коммуникаций Московской области, Москва, Россия.
E-MAIL: kazakovir@gmail.com
ORCID: 0000-0003-4830-0216

Аннотация. На базе эмпирических исследований, проводимых в Московской области, предпринята попытка отразить особенности включения молодежи в современное гражданское общество в России. Через анализ показателей социального самочувствия представителей различных возрастных групп демонстрируется высокий уровень доверия и готовности молодежи к объединению с окружающими для совместных действий. Проблемное поле, интересы и мотивация молодежи рассматриваются в контексте вовлечения ее в добровольную общественно полезную деятельность.

Ключевые слова: молодежь, гражданское общество, доброволец, волонтер, Московская область, общественная деятельность, социальная активность, социальная база

В общественных науках широко ведутся споры о том, существует ли гражданское общество в России, какие практики следует к нему относить, о роли государства в его развитии. Продолжаются и поиски фундамента, социальной базы гражданского общества [Мерсиянова, 2008], однако не часто в фокусе подобных исследований оказывается молодежь. Главным управлением социальных коммуникаций Московской области, в чьи полномочия входит как работа с молодежью, институтами гражданского общества, так и проведение социологических исследований в регионе, накоплены обширные наблюдения, которые могли бы стать стимулом к развертыванию своевременной в Год добровольца (волонтера) в России дискуссии о потенциале молодежи в развитии гражданского общества и волонтерского движения.

Первое, что необходимо отметить при любом претендующем на научность анализе молодежи, — это сложность ее внутренней структуры [Зубок, Чупров, 2017: 16]. Возможно, молодежь — одна из самых внутренне дифференцированных и постоянно изменяющихся социальных групп. В наших эмпирических исследованиях мы постоянно сталкиваемся с крайне значимыми, порой принципиальными различиями взглядов и настроений старшеклассников и студентов, работающей и неработающей молодежи, не говоря уже о представителях разных движений и общественных организаций. Территориальная специфика Московской области также является серьезным дифференцирующим фактором: регион по сути подразделен на множество образований, различающихся по размеру, демографии, социально-экономическому положению и даже культурным особенностям.

Исходя из наиболее привычного возрастного критерия, мы анализировали социальное самочувствие жителей Московской области. По результатам комбинированных опросов (поквартирный + телефонный), прошедших в мае-июне 2017 г. в каждом муниципальном районе и городском округе Московской области, отчетливо видно, что наиболее позитивные настроения характерны именно для молодежи. К примеру, в возрастной группе 18—24 лет доля «полностью или скорее довольных» жизнью в целом — 85% (на 15 п. п. выше среднего значения по области), положением дел в регионе — 69% (на 14 п. п. выше среднего значения по области), положением дел в населенном пункте — 66% (на 13 п. п. выше среднего значения по области). Даже в муниципалитетах, где превалируют отрицательные оценки положения дел, основным источником положительных оценок являются, как правило, возрастные группы 18—24 и 25—34 лет. Если показатель безличного социального доверия почти не дифференцирован по демографическим параметрам, то уровни доверия личному окружению у некоторых возрастных групп пусть немного, но значимо отличаются от среднеобластного значения (71%): у самых молодых (18—24 года) — в большую сторону (74%), у самых старших (60 лет и старше) — в меньшую (69%). Еще более показательна межвозрастная разница в выраженности чувства солидарности. Всего по области 59% опрошенных отнесли себя к людям, готовым объединяться для совместных действий, если их идеи совпадают. Если среди 18—24-летних число таких людей достигает 71%, то у группы 45—59-летних опускается ниже среднего (55%), а после 60 лет падает до 47%.

Фиксируются отличительные черты проблемного поля молодежи. По количественным данным показательно сравнение результатов двух

масштабных опросов по выборкам в 18000 и 21000 респондентов соответственно, охвативших все муниципальные образования региона: первый, уже упомянутый, репрезентировал все население Московской области в возрасте 18 лет и старше, второй — молодежь в возрасте 16—30 лет. По ответам на закрытые вопросы о пяти наиболее актуальных проблемах в пункте проживания респондентов заметны меньшая острота восприятия молодежью проблемы плохого состояния дорог (47 % при 55 % у всего населения), уход на второй план проблем, связанных с материальными расходами («высокие тарифы ЖКХ», «рост цен») и актуализация проблем пьянства, алкоголизма, наркомании и мигрантов в сознании молодого поколения. Такая структура проблемного поля объясняется тем, что молодежь лишь постепенно включается в финансово-денежные отношения, учится как зарабатывать, так и расходовать средства. Физические и межкультурные различия, как известно, острее воспринимаются в ранней молодости. Качественные исследования показывают, что внимание молодежи к проблемам алкоголизма и наркомании сопряжено с восприятием физической силы и здорового образа жизни как ценностных ориентиров. Кроме того, как на количественном, так и на качественном уровне изучения молодежи красной нитью проходит вопрос занятости и трудоустройства. Причем в той или иной форме данный вопрос беспокоит все подгруппы, начиная со школьников и заканчивая молодежью, приближающейся к возрастной границе 30—35 лет. В таких условиях в России достаточно своевременно начали развивать наставнические практики, повышать престиж рабочих специальностей, демонстрировать социальные лифты и рассказывать о многообразии профессий в современном мире.

В соответствии с результатами количественных опросов, опыт участия молодежи в общественной и политической жизни в основном сконцентрирован вокруг выборов и массовых общественных мероприятий. После прошедшей в 2016 г. выборной кампании в Государственную думу и Московскую областную думу последовал прирост молодых людей, пользующихся своим избирательным правом, как минимум на 16 п. п.: если в мае 2016 г. доля молодежи Московской области, отмечавшей эту альтернативу при ответе на закрытый вопрос, составляла 25 %, то в мае 2017 г. выросла до 41 %. Как уже было сказано, возраст респондентов начинался с 16 лет, и в выборку входили в том числе люди, не обладающие на момент выборов правом голоса, соответственно, реальная доля голосующей молодежи должна быть еще выше. Общероссийские резуль-

таты подсчета явки и экзит-поллы на прошедших президентских выборах показали, что вопреки ожиданиям представители молодежи не менее активно участвовали в голосовании, чем представители других возрастных групп [ВЦИОМ, 2018], так что увеличение интереса молодежи к выборам можно с уверенностью считать устойчивой федеральной тенденцией. Большой декларируемый молодежью опыт участия в общественных мероприятиях интерпретируется нами в первую очередь в контексте широкой линейки региональных событий. В Московской области организуются мероприятия, ориентированные на основную массу проблем и интересов молодежи: это и форум «Наследники Победы» со ставшей традиционной «Гонкой героев», и большой областной слет «Я гражданин Подмосковья» с его зональными этапами и различными тематическими сменами, и фестиваль «Студенческая весна», и Кубок Губернатора по «КВН», массовые акции по высадке деревьев и многое другое.

Опрос молодежи в мае 2017 г. не зафиксировал какого-то резкого подъема интереса к добровольчеству. Как в 2016 г., так и в 2017 г. о своем опыте участия в благотворительной и волонтерской деятельности стабильно заявляли 20 % молодых респондентов Подмосковья. После активизации данной темы в публичном пространстве во второй половине прошлого года в рамках финальной волны ежеквартального опроса по оценке общественно-политической ситуации в Московской области по выборке в 1600 человек, респондентам был задан ряд вопросов о формах и масштабах участия жителей региона в добровольческой (волонтерской) деятельности. И снова среди различных социально-демографических групп молодежь продемонстрировала наибольшие информированность и желание участия в подобных активностях. Так, среди респондентов 18—24 лет 34 % хорошо знают о деятельности добровольцев (волонтеров) на территории своего проживания (30 % — среди всех опрошенных), 38 % имеют знакомых-добровольцев (23 % — среди всех опрошенных), 63 % допускают для себя возможность в будущем заниматься такой деятельностью (45 % — среди всех опрошенных). При этом фокус-групповые дискуссии, проведенные с различными категориями волонтеров, продемонстрировали хотя и высокую, но пока довольно разобщенную мотивацию молодых людей к добровольчеству. Мотивы участия молодежи в волонтерском движении простираются от стремления быть полезным обществу до извлечения для себя учебных и карьерных преференций. Наиболее общие мотивы — это саморазвитие, новые знакомства и общение, альтернатива пассивному образу жизни и сопричастность конкретным событиям.

Подводя итог вышеизложенному, можно с уверенностью утверждать, что молодежь если не является социальной базой гражданского общества в России, то по крайней мере обладает серьезным потенциалом в его развитии. Несмотря на отсутствие внутреннего единства, на широкое многообразие интересов, мнений, потребностей, молодые люди в нашей стране с каждым годом все больше включаются в общественную и политическую жизнь, обретают свою гражданскую субъектность. Опыт социологических исследований в Московской области указывает на своеобразие проблемного поля и мотивов социальной активности молодежи. Приоритетной общей задачей как социальных исследователей, так и государственных управленцев в рамках проводимого в России Года добровольца (волонтера) видится поиск ответа на вопрос, как превратить часто ситуативный характер добровольной общественно полезной деятельности молодых граждан в их долгосрочную жизненную стратегию.

Список литературы

1. ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3612 от 22.03.2018: Молодежь ломает стереотипы. URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116758 (дата обращения: 28.03.2018).
2. Зубок Ю. А., Чупров В. И. Современная социология молодежи: изменяющаяся реальность и новые теоретические подходы // Россия реформирующаяся: ежегодник: вып. 15 / отв. ред. М. К. Горшков. М. : Новый Хронограф, 2017. С. 12—48.
3. Мерсиянова И. Социальная база российского гражданского общества // Гражданское общество современной России. Социологические зарисовки с натуры. М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. С. 127—150.

А. В. Мытиль

ДОБРОВОЛЬЧЕСТВО — ПУТЬ ОТ СОЛИДАРНОСТИ К СОЛИДАРИЗАЦИИ?

МЫТИЛЬ Анна Владимировна — старший научный сотрудник, Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН, Москва, Россия.
E-MAIL: amytil@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-4688-4131

Аннотация. Добровольчество, волонтерство, благотворительность — это одно из актуальных направлений одновременно и практической деятельности, и законотворчества, и научных исследований. Несколько реже, но тоже встречается упоминание о «помогающем поведении», которое можно интерпретировать в качестве «неорганизованного» добровольчества. При этом, несмотря на делающиеся время от времени попытки структурировать дефиниции, до сих пор не выработано устойчивого, принятого научным сообществом разделения между добровольчеством, благотворительностью, меценатством и т. д. По негласному согласию термины, характеризующие явления, связанные с добровольчеством — в его широком понимании, — воспринимаются в качестве синонимов. В принципе, это характерно и для стилистики нормативно-правовых документов, регулирующих сферу добровольчества. Априори предполагается, что тема добровольчества неразрывно связана с солидарностью, поскольку в основе и добровольчества, и солидарности лежит способность сопереживания, готовности оказать безвозмездную помощь. В данном материале рассматривается вопрос о взаимосвязи между формой участия предпринимателей в добровольчестве и типом солидарности, которое у них возникает в результате осуществления этой деятельности. Материал подготовлен на основе данных эмпирического исследования (Всероссийское исследование благотворительной сферы, 2011—2012 гг.), проведенного автором совместно с коллегами.

Ключевые слова: добровольчество, благотворительность, солидарность, солидаризация

Неслучайно в качестве эпиграфа для описания работы секции выбрана цитата из Послания Кофи Аннана по случаю Международного дня добро-

вольцев: «Сила добровольчества… кроется в бесчисленных актах солидарности и проявлениях помощи, происходящих каждый день» [Послание…, 2004]. Действительно, трудно представить более близкие в смысловом и семантическом плане понятия, чем «добровольчество» и «солидарность».

Такие характеристики добровольчества как «бескорыстность», «добровольность», «оказание помощи», являются ключевыми и для научного дискурса, и для нормативно-правовых документов, регулирующих сферу добровольчества, благотворительности [Проект…, 2017]. Солидарность, которую можно одновременно отнести и к самым старейшим темам изучения социологии, и к понятиям, которые наиболее трудно операционализировать, тоже часто ассоциируется с «альтруизмом», «сопереживанием», «сотрудничеством». Иногда солидарность выступает практически синонимом «милосердия, благотворительности» [Гофман, 2014: 18].

Получается, что солидарность имманентно присуща добровольчеству, а вовлеченность в добровольческое движение способствует возникновению новых процессов солидаризации. Хотя борьба за ресурсы, необходимые для занимающихся благотворительностью организаций, может приводить не к солидарности, а к конкурентной борьбе [Климова, 2013; Ресурсы российского…, 2013]. Учитывая многогранность добровольческого движения, в сферу которого попадают волонтерство, благотворительность, меценатство/филантропия, можно ли предположить, что выбор актором формы участия в добровольчестве влияет на конфигурацию процессов солидаризации, которые будут проходить в ходе реализации этой деятельности? Ответу на этот вопрос посвящена данная публикация.

Эмпирическую базу для подготовки текста составило всероссийское исследование благотворительной сферы, проведенное в 2011—2012 гг. автором совместно с О. Н. Дудченко и Е. В. Первышевой [Доклад…, 2011: 23]. Объектом исследования были фонды и некоммерческие организации, действующие в сфере благотворительности. В исследовании применялась mix-method стратегия: индивидуальные интервью с руководителями и сотрудниками негосударственных некоммерческих организаций (далее — НКО), фокус-группы, анкетный опрос (по методу самозаполнения опросного бланка). Всего в ходе исследования собрана качественная и количественная информация о 107 фондах, действующих в 24 регионах Российской Федерации и сгруппированных по организационно-правовому принципу и источникам преимущественного финансирования. В итоге получилось пять групп фондов, которые были примерно в равной степени представлены в выборочной совокупности.

Частный (или «именной») **фонд** создается предпринимателем (или семьей предпринимателя). К работе частных фондов российского происхождения, как правило, привлекаются ресурсы компаний учредителя (в первую очередь кадровые). Персонал компаний учредителя задействуется в фонде либо на платной основе (административные позиции), либо pro-bono.

В основном учредителями частных фондов являются предприниматели из крупного бизнеса, однако иногда — из среднего и малого (как правило, они работают не самостоятельно, а в составе фондов местных сообществ).

Корпоративный фонд, учредителем и источником финансирования которого выступает предприятие (редко — несколько компаний). Цель и направление деятельности корпоративных благотворительных фондов, как правило, непосредственно связана с маркетинговой политикой компании-учредителя, значимыми для нее целевыми аудиториями.

Характерной чертой деятельности корпоративных фондов или корпоративных благотворительных программ является развитие системы корпоративного волонтерства — безвозмездного добровольного участия персонала компании в ее благотворительной деятельности.

Фонд местного сообщества (ФМС). Эта разновидность НКО характерна тем, что она изначально направлена на решение социальных проблем территории, находится в непосредственном взаимодействии с местным бизнес-сообществом и администрацией территории. ФМС выступают также в качестве ресурсного центра для проявления гражданских инициатив местного населения [Мерсиянова, Солодова, 2009: 9].

Фонд помощи (ФП). Отличительная особенность этого типа фондов заключается в ориентации на источник финансирования в виде фандрайзинга и на одно конкретное направление благотворительной деятельности. Стабильность деятельности ФП в немалой степени зависит от налаженности отношений с предпринимательской средой. Это может быть не только крупный бизнес, но и средний, малый бизнес, а также индивидуальные предприниматели.

Фонд целевого капитала (ФЦК). В отличие от всех других типов фондов, деятельность ФЦК регламентирована законодательством, фокусирована на развитии образовательной и культурной сферы конкретного вуза.

Анализ результатов исследования показал, что мотивы участия предпринимателей в благотворительной сфере определяют форму этого участия. Создание частных, «именных» фондов сопряжено с индивидуальным желанием предпринимателя оказать влияние на развитие

социальной среды. При создании корпоративных фондов предприниматели преследуют в первую очередь задачу продвижения своих товаров и услуг на рынок.

Участие в деятельности фондов местного сообщества дает предпринимателям (и их компаниям) возможность не только реализовать свои социальные проекты, но и получить доступ к переговорным площадкам с органами местной власти.

Возможно, наиболее альтруистическими мотивами руководствуются предприниматели, участвуя в деятельности фондов помощи своими ресурсами и ресурсами своей компании.

Фонды целевого капитала создают для предпринимателей, являющихся выпускниками соответствующих вузов ощущение причастности к элитному клубу, которое подкреплено, помимо ностальгических чувств, вполне прагматическим желанием перспективного отбора персонала из числа студентов вуза.

Тип солидарности тоже в определенном смысле определяется формой участия в благотворительности. В том случае, если сотрудники компании участвуют в деятельности фонда или благотворительной программы своего работодателя, мы с большой степенью вероятности можем говорить о «корпоративном волонтерстве», проявлении «лояльности» работодателю, «корпоративной солидарности».

Список литературы

1. Гофман А. Б. Моральная обязанность, политический лозунг или научный факт? Из истории идеи солидарности // Социальная солидарность и альтруизм: Социологическая традиция и современные междисциплинарные исследования. Сб. науч. тр. / отв. ред. Д. В. Ефременко. М. : РАН, ИНИОН. 2014. С. 16—100.
2. Доклад о состоянии институциональной благотворительности в России. Форум Доноров, 2011. 97 с.
3. Климова С. Г. Идеи и практики солидарности в добровольческом движении // Социологические исследования. 2013. № 6. С. 32—41.
4. Мерсиянова, И. В., Солодова И. И. Фонды местных сообществ в России. М. : Изд. дом Гос. ун-та — Высшей школы экономики, 2009. 154 с.
5. Послание бывшего Генерального секретаря Кофи Аннана по случаю Международного дня добровольцев. 05.12.2004 г. URL: http://www.un.org/ru/sg/annan_messages/2004/ivd04.shtml (дата посещения: 30.03.2018 г.).

6. Проект Постановления Правительства Российской Федерации «Об утверждении Концепции развития добровольчества (волонтерства) в Российской Федерации до 2025 года». 26.06.2017. URL: http://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/56617732/#ixzz5BFEbvo47 (дата посещения: 30.03.2018 г.).
7. Ресурсы российского добровольческого движения / науч. ред.: С. Г. Климова, Е. С. Петренко. Фонд Общественное Мнение. 2013. 106 с.

С. А. Бодякова

ОТНОШЕНИЕ УЧИТЕЛЬСКОГО СООБЩЕСТВА К ВОЛОНТЕРСКОМУ ДВИЖЕНИЮ

БОДЯКОВА София Анатольевна — начальник отдела, Центр регионального развития, Курская академия государственной и муниципальной службы, Курск, Россия.
E-MAIL: sophyabod@gmail.com

Аннотация. Значимость волонтерского движения с каждым годом возрастает, расширяется участие различных социальных групп в добровольческой деятельности. В статье на основе данных социологического исследования, проведенного в Курской области среди представителей учительского сообщества, раскрывается потенциал участия педагогов в волонтерской деятельности. Ключевыми вопросами стали: оценка включенности учителей в добровольчество; выявление факторов, препятствующих волонтерской деятельности педагогов; определение предпочтительных видов волонтерской деятельности для учителей; оценка роли педагогического сообщества в воспитании гражданско-патриотических чувств, неразрывно связанных с добровольчеством. Основной инструмент изучения поставленных вопросов — анкетирование, параллельно с которым проводились фокус-группы, позволившие глубже раскрыть поставленные исследовательские задачи. Почти половина опрошенных учителей когда-либо была вовлечена в волонтерскую деятельность, кроме того, треть тех, кто никогда не был добровольцем, хотели бы им стать. Это позволяет говорить о благоприятных условиях для развития добровольчества в педагогическом сообществе в регионе. Нехватка свободного времени названа учителями главным препятствием для включения в добровольческую деятельность, отсутствие опыта и нехватка достаточной информации о волонтерских организациях также являются барьерами. Таким образом, возрастает необходимость обучающих мероприятий, направленных на развитие добровольческого движения, а также активного информирования о деятельности волонтерских организаций и проводимых мероприятиях. Обращение к добровольчеству — неотъемлемая черта патриота, поддержка волонтерских движений патриотической направленности играет важную роль в возрождении патриотизма и развитии добровольчества в целом.

Ключевые слова: волонтерство, добровольчество, волонтерское движение, добровольческое движение, волонтерская деятельность, добровольческая деятельность, учителя, учительское сообщество, Год добровольца, Год волонтера, гражданско-патриотическое воспитание, патриотическое волонтерство

В декабре 2017 г. на Всероссийском собрании «Форум Добровольцев» Президент РФ Владимир Путин объявил 2018 г. Годом добровольца (волонтера). Волонтерство и добровольчество — это тождественные понятия, отличающиеся лишь своим происхождением: если одно пришло к нам с Запада, то второе — слово отечественного происхождения [Киреева, 2011]. Под добровольчеством (волонтерством) понимается осуществление добровольной деятельности в форме безвозмездного выполнения работ и (или) оказания услуг в области социально значимых вопросов [Федеральный закон…, 2018].

В Курской области в последние годы активизировали работу добровольческие объединения, многие из которых реализуют свою деятельность на базе образовательных учреждений. В январе 2018 г. в рамках реализации педагогического проекта «Алый парус», получившего поддержку Фонда президентских грантов, на базе Центра регионального развития было проведено социологическое исследование с применением количественных и качественных методов. Его целью стало выявление представлений профессионального педагогического сообщества Курской области о значении волонтерского движения, а также о возможностях привлечения педагогов к данной деятельности. Задачи исследования: оценить роль педагогического сообщества в развитии волонтерского движения, раскрыть возможности участия учителей в добровольческой деятельности, воссоздать отношение педагогов к гражданско-патриотическому воспитанию современной молодежи.

Число участников социологического опроса, проведенного методом раздаточного анкетирования, составило 560 человек, из них 87,8% работают в государственной общеобразовательной школе, 8,8% — в гимназии; 2,5% указали местом своей работы школу с углубленным изучением отдельных предметов; 0,9% преподают в лицее. Также было проведено три фокус-группы с участием педагогов Курской области.

Опрос показал, что почти половина опрошенных учителей когда-либо занимались волонтерской деятельностью (42,7%), 7,1% и сейчас остаются волонтерами. Из тех, кто никогда не был добровольцем, почти треть

желают им стать (31,8%). Главным препятствием, мешающим педагогам участвовать в добровольческой деятельности, была названа нехватка свободного времени — 91,9%. Также в качестве барьеров были названы отсутствие материальной возможности для помощи — 37,2%, отсутствие опыта — 28,6%, нехватка информации о волонтерских организациях — 22,4%.

В качестве мотивов учителей для участия в добровольческой деятельности были отмечены: потребность помогать людям / животным — 73,4%, наличие большого количества свободного времени — 37,9%, значимость и социальное одобрение — 36,2%.

Наибольшей популярностью среди представителей учительства пользуются такие виды волонтерской деятельности, как помощь детям-сиротам — 51,2%; помощь престарелым людям — 45,9%; помощь органам правопорядка, медикам, спасателям — 31,9%; инвалидам — 29,7%; помощь по благоустройству улиц, домов, зеленых участков / поддержание заповедников региона — 27,4%.

По мнению респондентов, главным качеством, которым должен обладать волонтер, является неравнодушие (66,2%). Помимо этого важны такие качества, как готовность прийти на помощь (57,7%), хорошие коммуникативные навыки (54,3%) и высокий уровень ответственности (51,5%).

При проведении фокус-групп учителя также сделали акцент на добровольной помощи нуждающимся, при этом в первую очередь они вели речь о социально незащищенных слоях населения — детях-сиротах и престарелых людях. Участники интервью указали на общечеловеческие качества, которыми должен обладать доброволец, отметили значимую роль учителя в воспитании этих качеств.

Представители учительского сообщества полагают, что сегодня волонтерская деятельность актуальна на местном (84,3%) и региональном уровнях (88,4%), а тем более — на федеральном (91,3%). Выражением повышения интереса к добровольчеству стало объявление 2018 г. годом волонтера.

Обращение к добровольчеству — неотъемлемая черта патриота. Большинство опрошенных считают себя патриотами — 94,3% (кумулятивный процент по ответам «да» и «частично»). Понятие «патриотизм» для представителей педагогического сообщества отражает национальное самосознание, гордость за принадлежность к своей нации; любовь к своему дому, городу, стране; верность и служение Родине, готовность к самопожертвованию ради ее блага.

Учителя убеждены, что на формирование патриотических чувств у подрастающего поколения в первую очередь влияют родители — 40,7%.

Второе место по степени влияния они отдают школе (37,0 %), а значит — и себе как главным субъектам воспитательного процесса. В групповых интервью также была отмечена безусловная роль учителя в воспитании патриотизма у школьников. В числе мер по возрождению патриотизма в обществе были названы: усиление работы по патриотическому воспитанию молодежи в учебных учреждениях (52,5 %), активная пропаганда патриотизма и патриотического воспитания в СМИ (49,5 %), усиление патриотической работы с молодежью со стороны Вооруженных Сил, МВД, Пограничных войск (45,9 %), оказание помощи патриотическим объединениям, клубам, другим организациям патриотической направленности (45,0 %), а также активизация работы в каждом регионе России (39,5 %).

Таким образом, на основании данных социологического исследования можно сделать вывод о том, что в Курской области созданы благоприятные условия для развития добровольчества в педагогическом сообществе. Почти половина опрошенных учителей когда-либо была вовлечена в волонтерскую деятельность, кроме того, треть тех, кто никогда не занимался добровольчеством, хотели бы этого.

Среди сдерживающих факторов в развитии добровольческого движения среди учителей были названы отсутствие опыта и нехватка информации о волонтерских организациях. Важно активно информировать все слои населения о деятельности волонтерских организаций и проводимых мероприятиях, а также возможностях вступления в ряды добровольцев. Кроме того, возрастает необходимость обучающих мероприятий, направленных на развитие добровольческого движения.

Волонтерство неразрывно с патриотическим воспитанием. Поддержка волонтерских движений патриотической направленности играет важную роль в возрождении патриотизма и развитии добровольчества в целом.

Список литературы

1. Киреева Л. В. Феномен современного добровольчества // Вестник Православного Свято-Тихоновского гуманитарного университета. Серия 4: Педагогика. Психология. 2011. № 21. С. 19—25.
2. Федеральный закон от 05.02.2018 № 15-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам добровольчества (волонтерства)» // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201802050041.

Н. А. Николенко, Н. С. Байша

СТУДЕНТЫ-ЭКОЛОГИ ОБ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ СИТУАЦИИ И ПОСЛЕВУЗОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: РЕЗУЛЬТАТЫ КАЧЕСТВЕННОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

НИКОЛЕНКО Наталия Александровна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия.
E-MAIL: nikolenko-kus@mail.ru
БАЙША Наталья Сергеевна — студент 3 курса направления подготовки «Социология», Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия.
E-MAIL: baishanatalia@mail.ru

Аннотация. В статье анализируются результаты качественного социологического исследования, проведенного авторами с целью выделения типов отношения студентов, получающими высшее образование по направлению подготовки «Экология и природопользование» в классическом университете, к состоянию современной экологической ситуации на макро- и мезоуровнях. Авторы приходят к выводу, что принятие необходимых мер по ликвидации структурной безработицы, затрудняющей применение профессиональных знаний и навыков специалистами-экологами, имеет существенное значение в достижении экологической безопасности как отдельных регионов, так и страны в целом, в сохранении природных ресурсов, необходимых для жизнедеятельности ныне живущих и будущих поколений людей.

Ключевые слова: экология, экологическая ситуация, экологическая безопасность, экологические риски, сохранение природных ресурсов, экологическое образование, студенческая молодежь, тип восприятия

Экологическая безопасность, рассматриваемая как «состояние защищенности природной среды и жизненно важных интересов человека от возможного негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности, чрезвычайных ситуаций природного и техногенного характера, их последствий» [Федеральный закон…, 2002], является важным компонентом качества жизни населения. Однако существующие проблемы, осложняющие экологическую обстановку в стране, угрожают эффективности и качеству реализации любых попыток в обеспечении экологической

безопасности. Именно по этой причине задача обеспечения благополучной экологической ситуации «в век высоких технологий… выходит на первый план» [Яницкий, 2015: 102]. Поэтому и государственная, и муниципальная политика направлены на активизацию деятельности экологических структур и поддержку гражданских инициатив по сохранению природного разнообразия, ресурсосбережения и пр. Разработка программ и мероприятий по защите окружающей среды ведется с учетом положений концепции «новой экологической парадигмы», разработанной Р. Данлэпом и У. Кеттоном еще в семидесятых годах прошлого столетия, однако не потерявшей своей актуальности и сегодня, так как дальнейшее противостояние природы и общества, достигшего в настоящее время невиданного ранее уровня технологического развития, и использование достижений науки и техники в рамках ценностных позиций антропоцентристского мировоззрения могут привести к катастрофическим необратимым результатам [Деменьшин, 2017].

В связи с этим представления студентов-экологов, получающих профессиональные знания в области экологии, о состоянии экологической ситуации в стране и путях ее улучшения, по мнению авторов данной статьи, имеет определенный интерес. От сформированных у них (или еще находящихся на стадии формирования) ценностных ориентаций, соответствующих не только профилю получаемой квалификации, но и потребительского материального порядка, будет зависеть экологическое будущее страны и мира в целом. Используя идею новой экологической парадигмы о зависимости выбора обществом стратегии и способов взаимодействия с природой от четырех типов восприятия окружающей среды [Новая экологическая парадигма, 2007], авторы данной статьи провели качественное социологическое исследование в форме полуформализованного интервью. В качестве информантов были выбраны бакалавры регионального классического университета по направлению подготовки «Экология и природопользование». Анализ и обобщение полученных результатов позволили выявить следующее.

1. При оценке экологической ситуации на глобальном, всероссийском и региональном уровнях восприятие обучающихся может быть охарактеризовано в рамках каргоизма, когда последствия научно-технического прогресса рассматриваются как причины возникшей ситуации, а сам научно-технический прогресс — как субъект ответственности. «Современная экологическая ситуация в глобальном масштабе находится не в утешительном состоянии, так как во всем

мире происходят выбросы загрязняющих веществ в атмосферу» (Ж., 21 г.). Кроме того, возникновение социальных и экологических проблем связано с отсутствием «перерабатывающих заводов, в том числе по утилизации вредных веществ» (М., 18 л.). Подобной точки зрения придерживаются более половины информантов обоих полов.

2. Проблемы всероссийского масштаба проявляются и на региональном уровне. В качестве подтверждения этого приведем точки зрения двух студентов, отражающих оценку экологической ситуации большинства участников исследования в связи с осознанием экологических рисков: «Жить и учиться в Волгограде, с экологической точки зрения, безопасно только в некоторых районах города. Но в целом — нет, особенно, если вы живете рядом с заводом «Красный Октябрь»» (М., 19 л.). «Волгоград губит наше здоровье, а если точнее, это мы делаем сами. Я живу на возвышенности и каждый день с восходом солнца вижу этот ужасный слой смога в городе. В Волгограде ведется очень плохой контроль состояния окружающей среды» (Ж., 20 л.).
3. При обобщении полученных данных был выявлен интересный факт. Многие информанты только в процессы обучения стали оценивать значимость получаемой профессии и изъявляли желание работать по специальности, в то время как свое поступление на направление подготовки «Экология и природопользование» отметили как случайное/необдуманное решение. С местом работы по специальности после окончания вуза точно определились лишь некоторые студенты: «Я хотела бы быть задействована в государственных органах по защите и охране окружающей среды. Здесь я смогу следить за состоянием окружающей среды и за соблюдением законов и норм по природопользованию» (Ж., 22 г.). «Пока не могу сделать подобный выбор, поскольку практических навыков в университете было получено немного. В основном академическое образование предполагает изучение теоретической базы естественнонаучного сектора. По факту, после такой основы можно идти только в «чистую науку». На рынке труда данные знания не востребованы» (М., 21 г.).

Подводя итог вышесказанному, подчеркнем, что для представителей студенческой молодежи, получающей высшее образование в области экологии и природопользования, характерен высокий уровень экологической обеспокоенности. Восприятие экологической ситуации студентами укладывается в рамки каргоизма новой экологической парадигмы. А желание работать по специальности и приносить пользу обществу

упирается в пугающую перспективу не быть востребованным. Учитывая важность сохранения планеты пригодной для жизнедеятельности появляется необходимость в принятии мер по ликвидации структурной безработицы, затрудняющей применение профессиональных знаний специалистами-экологами.

Список литературы

1. Деменьшин В. Н. Обзор зарубежных исследований экологического сознания // Мир науки. 2017. Т. 5. № 5. URL: https://mir-nauki.com/PDF/18PSMN517.pdf (дата обращения: 15.03.18).
2. Новая экологическая парадигма. Казань : КГТУ. URL: https://refdb.ru/look/2528960-p6.html (дата обращения: 15.03.18).
3. Федеральный закон «Об охране окружающей среды» от 10.01.2002 № 7-ФЗ. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34823/ (дата обращения: 15.03.18).
4. Яницкий О. Н. Об эволюции международных сравнительных экосоциологических исследований // Социс. 2015. № 2. С. 98—106.

О. В. Кабайкина

ТРАНСФОРМАЦИЯ МАСКУЛИННОСТИ В XXI ВЕКЕ: НЕОБРАТИМОЕ ЯВЛЕНИЕ ИЛИ ЗАКОНОМЕРНЫЙ ПРОЦЕСС?

КАБАЙКИНА Ольга Владимировна — аспирант, МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия.
E-MAIL: kabaykinaov@mail.ru

Аннотация. Мы наблюдаем изменение традиционных представлений о «настоящем мужчине» и «настоящей женщине». Мужчины утрачивают главенствующие позиции в обществе, этому во многом способствует феминистское движение за равные права и свободы мужчин и женщин. Женщины распространяют свое влияние в экономической, политической и других сферах, где раньше не имели голоса, тем самым заставляя мужчин менять свои представления и взгляды на окружающую действительность и подстраиваться под изменяющиеся общественные отношения. В связи с этим распространяются исследования мужчин, где объектом изучения является мужчина, и растет интерес к теме маскулинности. Первоначально перед учеными стоит вопрос, происходит ли полное замещение представления о «настоящем мужчине», либо это закономерный процесс трансформации маскулинности в соответствии с социальными условиями и требованием времени. В том числе интересна специфика изучения данной темы российскими социологами. В большей степени последние рассматривали ее сквозь призму «кризиса маскулинности», перехода от советского сценария маскулинности к постсоветской. И выявляли множество проблем с «несостоявшейся маскулинностью». Однако И. С. Кон настаивал на том, что каждой эпохе, каждой культуре соответствует свой тип маскулинности, и главное понять механизмы и процессы, происходящие в современном обществе, влияющие на трансформацию представлений о «настоящем мужчине».

Ключевые слова: маскулинность, феминность, феминизм, кризис маскулинности, трансформация маскулинности, гендерное равенство, общественные отношения

В современном мире увеличивается интерес к теме «маскулинности» как противовес феминистским движениям и продвижению идей «феминности». Многие исследователи определяют современное время

как эпоху «кризиса маскулинности» [Здравомыслова, Темкина, 2000; Тартаковская, 2000], однако И. С. Кон писал, что маскулинность трансформируется в соответствии с меняющимися условиями социального мира [Кон, 2001: 593].

Происходит ли полное замещение образа мужчины чем-то новым, ранее невыявленным? Или же это закономерный процесс, который соответствует социальным изменениям, происходящим в обществе? В первую очередь необходимо определить, что мы пониманием под термином «маскулинность». Определений этого понятия множество, мы будем понимать под ним «социальный конструкт», «систему предписаний, имеющих в виду не среднестатистического, а идеального «настоящего» мужчину, нормативный эталон мужчинности» [Введение в гендерные исследования, 2001].

Почему исследователи обратились к маскулинности в рамках изучения гендерных отношений? Этому способствовали в большей степени увеличение притязаний женщин на главенствующие посты в сферах, где раньше они не участвовали, маргинализация общества и выход на передний план прав и свобод сексуальных меньшинств.

Отмечается, что маскулинность во все времена была неоднородна, зависела от территориальных особенностей, культурных стереотипов, индивидуальных особенностей мужчин. В каждую эпоху преобладали свои представления об «идеальном образе мужчины».

Однако на данный момент все больше подчеркивается феминизация мужчин и потеря ими главенствующих позиций в обществе. В рамках российской действительности отмечается, что советский тип мужественности, складывавшийся под сильнейшим влиянием политики гипермаскулинного милитаризованного государства, ушел в прошлое [Мещеркина, 1996].

Произошедшие в 1990—2000-е годы перемены повлияли на то, что многие традиционно «мужские» отрасли производства, такие как оборонная промышленность и станкостроение, пришли в упадок, профессиональное и экономическое положение многих мужчин существенно ухудшилось. Провал «сценария маскулинности» порождает специфический тип поведения как в сфере занятости, так и в приватной жизни. С одной стороны, «несостоявшаяся маскулинность» становится синонимом жизненного краха. С другой стороны, у той части мужчин-неудачников, которые пытаются еще бороться с обстоятельствами, сохраняя свое достоинство, маскулинный комплекс порождает ряд проблем и дополнительных ограничений, не позволяя им прибегнуть к «недостойным для мужчин»

способам выживания, в частности, существенно сокращая спектр приемлемых рабочих мест. Главная черта «несостоявшейся маскулинности» как типа трудового поведения связана именно с признанием своего поражения в области профессиональной карьеры. Как правило, переход в категорию неудачников связывается с изменением экономической ситуации в стране [Тартаковская, 2002: 116].

Можно говорить, что именно социальные условия и трансформация общественных отношений влекут за собой изменение поведения мужчин. Также в связи с повышением роли женщин в труде и других общественных сферах мужчины вынуждены с ними считаться и подстраиваться под изменившиеся условия жизни.

Мы наблюдаем изменения положения женщин и мужчин относительно друг друга не только в экономической сфере. Произошла революция представлений россиян в семейной сфере, они немного не совпадают с реальным положением вещей, которое пока во многом остается традиционным. Такой результат показало исследование ВЦИОМ, проведенное 6 марта 2018 г. Итак, россияне выступают за равноправие в семье — 82 % от числа всех опрошенных считают, что так должно быть, 72 % среди женатых/проживающих вместе/встречающихся заявляют, что на практике принимают все решения совместно (с 2009 г. — 34 % — эта цифра выросла вдвое) [ВЦИОМ, 2018].

Чаще называют главой семьи мужчину (16 % говорят, что так должно быть, 21 % — что в их отношениях так происходит), чем женщину (1 % и 6 % соответственно). Равенство в семейных обязанностях декларируется практически по всем направлениям, что во многом реализуется на практике. К чисто женским обязанностям сегодня относят только стирку белья, к мужским — мелкий ремонт (по своему опыту в семейных парах стиркой преимущественно занимаются 72 % женщин, ремонтом — 67 % мужчин). При этом часть функций еще распределяется достаточно традиционно: не только стирка, но и глажка, готовка, уборка — женские дела, в этом признаются семейные пары. Однако отмечается положительная динамика по ответу «делаем совместно». Материальное обеспечение семьи у большинства респондентов (61 %) осуществляется сообща, равно как и управление бюджетом (59 %) [ВЦИОМ, 2018].

Данные опроса комментирует аналитик ВЦИОМ Иван Леконцев: «Наибольшее гендерное равенство в российских семьях наблюдается по одному из самых острых вопросов — финансовому. Прежний стереотип, что муж должен полностью обеспечивать семью, необратимо разрушен.

Но при этом сохраняются области, где практика отстает от представлений о должном: так, «идеальный», по представлениям россиян, уровень равноправия пока не достигнут в области воспитания детей, оплаты счетов, глажки вещей. В большом количестве семей эти обязанности по-прежнему ложатся только на плечи женщин. Полное равноправие скорее всего недостижимо. Однако пока представления россиян о необходимости гендерного равноправия обгоняют практику, она неизбежно будет меняться» [ВЦИОМ, 2018].

Мы можем говорить о том, что трансформация традиционных мужских ценностей и канонов маскулинности — это общее неумолимое требование времени. Происходит массовая перестройка сознания, которое наделяет маскулинность определенными характеристиками. В большей степени толчком к переосмыслению маскулинности послужили женские движения за равные права, за изменение в отношении к женщинам и, соответственно, к мужчинам. И мы должны учитывать все процессы, происходящие в современном обществе и уметь выявлять объективные причины и последствия этих процессов.

Список литературы

1. Введение в гендерные исследования. Ч. I / под ред. И. А. Жеребкиной. СПб. : Алетейя, 2001. 708 с.
2. ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3597 Равенство в семье: от деклараций — к реальности? URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116735 (дата обращения 09.03.2018).
3. Здравомыслова Е., Темкина А. Социология гендерных отношений и гендерный подход в социологии // Социологические исследования. 2000. № 11. С. 15—23.
4. Кон И. С. Мужские исследования: меняющиеся мужчины в изменяющемся мире // Введение в гендерные исследования. Ч. I / под ред. И. А. Жеребкиной. СПб. : Алетейя, 2001. С. 562—606.
5. Мещеркина Е. Ю. Институциональный сексизм и стереотипы маскулинности // Гендерные аспекты социальной трансформации / под ред. М. Малышевой. М. : ИСЭПН, 1996. С. 196—206.
6. Тартаковская И. Н. Мужчины на рынке труда // Социологический журнал. 2002. № 3. С. 112—125.
7. Тартаковская И. Мужчины и женщины в легитимном дискурсе // Гендерные исследования. 2000. № 4. С. 246—265.

В. И. Ильин

РОМАНТИЧЕСКАЯ ПАРА КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ

ИЛЬИН Владимир Иванович — доктор социологических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: ivi-2002@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-3658-8112

Аннотация. Цель данного исследования — концептуализация категории романтической пары как единицы социальной структуры и эмпирический анализ процесса ее формирования и воспроизводства. Эмпирическую базу составили 56 полуформализованных интервью. Романтическая пара — это разновидность возникающей и флюидной социальной единицы, роль которой в процессе формирования текучей современности существенно возрастает. Романтическая пара представляет собой двоякий феномен. С одной стороны, это два человека, которые, не вступая в формальный брак, формируют интимное микросообщество. С другой стороны, романтическая пара представляет собой социальный институт.

Превращение пары людей в устойчивую социальную единицу идет по двум противоположным направлениям: (1) через процесс институционализации как притирку двух индивидов в ходе продолжительного взаимодействия путем выработки механизма взаимодействия; (2) через заимствование форм из окружающей социокультурной среды. Пара представляет собой процесс, начинающийся со знакомства, ведущего к возникновению общности, ядро которой составляет институт свидания. Следующим этапом является сожительство — пара, фундаментом которой выступает домохозяйство. Однако и на первом этапе уже идет процесс возникновения экономического базиса пары в форме бюджетных отношений в процессе свидания.

Ключевые слова: романтическая пара, сожительство, институционализация, ценности, нормы, интимное микросообщество, свидание, домохозяйство, бюджет, сексуальность

Благодарность. На последнем этапе исследование было поддержано РГНФ/ РФФИ (грант No 17-33-00063).

Проблема. Традиционно в качестве мельчайших единиц социальной структуры рассматриваются индивиды и семья. Таким образом, с одной стороны, имеет место массовый социокультурный феномен, а с другой — его исследованию как элемента социальной структуры не уделяется внимания. Новизна данного исследования заключается во взгляде на пару как форму процесса социальной структурации.

Методология и методика исследования. Исходной методологической позицией данного исследования был взгляд на интимную пару как возникающую социальную структуру, имеющую неустойчивый, флюидный характер, что делает ее яркой формой проявления «текучей современности», контуры которой отчетливо видел З. Бауман [Бауман, 2008]. Именно его концепция стала источником исследовательского вдохновения.

Социальный конструктивизм П. Бергера и Т. Лукмана [Бергер, Лукман, 1995], дополненный существенным сдвигом в сторону учета влияния внешней среды (структурализма), а также синтез свободного действия и структуры в духе концепции социальной структурации Э. Гидденса [Гидденс, 2003] сформировали исследовательскую оптику. Социальная структурация пары во многом идет в рамках логики социального перформанса [Гофман, 2000], заметной частью которого является эмоциональная работа — трансформация чувств в эмоции как поведенческие акты [Hochschild, 1979, 1983; Ильин, 2016].

Цель исследования заключается в построении модели интимной (романтической) пары как элемента (единицы) социальной структуры. Путь к этой цели лежит через качественное эмпирическое исследование, в ходе которого в 2013—2018 гг. в Санкт-Петербурге было проведено 56 полуформализованных биографических интервью, инструментарий которых формулировался в терминах истории романтических отношений. Большая часть интервью была проведена студентами факультета социологии СПбГУ (Ю. Афанасьевой, А. Орловская, С. Романченко, О. Скидановой, А. Сырбо). На последнем этапе исследование было поддержано РГНФ/ РФФИ (грант No 17—33—00063).

В основе логики обработки транскриптов лежат принципы обоснованной теории (Grounded Theory).

Интимная пара как возникающая структура. Категория «возникающая» (emerging) фокусирует внимание на качественных сдвигах в кон-

тексте потока социального времени, понимаемом как последовательность событий (состояний). На одном полюсе этого процесса находится хаотичное движение посторонних, которые друга не только не знают, но и не замечают (например, уличная толпа). Затем в определенной ситуации срабатывает механизм распознавания «свой-чужой», включающий внимание, использующее нагруженную ценностями и нормами оптику. При прохождении этого фильтра, жестко привязанного к культурной программе определенной среды и личным культурным ориентирам и вкусу, возникает заинтересованность, которая при благоприятном стечении обстоятельств может привести к знакомству. Последнее имеет двойственную природу: с одной стороны, это событие, а с другой — устойчивый механизм (институт), состоящий из правил, принятых в данной среде. Здесь также действует механизм распознавания «свой-чужой», но уже в более скрупулезном режиме. При успешном взаимном прохождении фильтров зарождается пара: два «Я» превращаются в «Мы». Однако формирование пары на этом не завершается. Пара постепенно формируется в узел очень тесных отношений (или ролевой комплекс) или же разваливается в терминах обычной рационализации: «наши отношения исчерпали себя». Завершиться отношения могут и через день, и через несколько лет.

Возникновение пары представляет собой процесс реконфигурации социальных отношений, в которые включены два индивида. Одно направление имеет центростремительный характер: отношения становятся все более интенсивными (общаются чаще, дольше) и интимными в широком смысле слова (доверительными и телесными). Второе направление является центробежным: двое, ставшие «Мы», конструируют границу по отношению к окружающим, снижая объем общения с ними в своем бюджете времени, не допуская их в свою интимную сферу.

Физиологическое сексуальное влечение толкает людей друг к другу, но в условиях общества это сближение становится социальным взаимодействием.

В процессе своего развития интимная пара проходит несколько фаз, на каждой из которых она имеет качественно своеобразную форму существования. (1) Этап возникновения пары (распознавание, знакомство), когда она почти не выделяется из окружающей среды. (2) Романтический («конфетно-букетный») этап, фундаментом которого является институт свиданий, что предполагает существование пары как автономной единицы в режиме определенного графика. (3) Сожительство, базирующееся

на совместном ведении домохозяйства. На этом этапе происходит заметный сдвиг от сексуального к социальному. (4) Исчезновение интимной пары. Она либо распадается в силу угасания сексуального влечения, которое, не будучи подкрепленным сильными социальными узами, неизбежно ведет к победе центробежных сил, либо трансформируется в брак, где приобретает качественно новые социальные узы, обеспечивающие относительную устойчивость существования уже в качестве семьи.

Институционализация пары. Романтическая пара представляет собой феномен двоякого характера. С одной стороны, это интимное сообщество двух конкретных людей. С другой стороны, романтическая пара представляет собой социальный институт или, говоря проще, механизм состоящий из ценностей, норм, ритуалов и этикетных правил, рутинных форм взаимодействия, принятых в данной социальной среде.

Механизм, обеспечивающий появление и воспроизводство романтической пары, формируется двояким образом: снизу и сверху. В первом случае он возникает как результат притирки двух людей, испытывающих взаимное влечение и ищущих взаимоприемлемые формы совместного существования. Во втором случае этот механизм возникает как результат параллельного поиска миллионов людей, которые в схожих условиях находят схожие варианты взаимодействия. В итоге — аргумент «так делают все». Однако правила формируются не только в пространстве, но и во времени: такие проблемы встречали и решали и предки, в том числе очень далекие, поэтому механизм, обеспечивающий формирование и воспроизводство пары, опирается и на традицию, формулируемую в форме обыденного аргумента «так делали всегда». В итоге уникальность оказывается свойством, которое редко удается обнаружить. Все романтические пары сходятся и расходятся, ткут связывающую двух людей ткань, оказываются счастливыми и несчастными удивительно типичным образом. Система образования, семейного воспитания, литература и искусство, все формы массовой культуры представляют собой гигантское хранилище форм отношений, не только предлагаемых, но и навязываемых двум конкретным индивидам, формирующим правила совместного сосуществования.

Романтическая пара — это общность, возникающая в результате противоположных процессов: с одной стороны, центростремительного сексуального притяжения двух человек друг к другу, что порождает социально-психологическую общность «Мы», с другой стороны — конструирования границ с внешней средой, с «Ними», исключения из этой группы

«чужих». Таким образом, пара превращается в социальную единицу, где внутренняя интеграция подкрепляется относительной изоляцией от внешней среды.

Список литературы

1. Бауман З. Текучая современность. СПб. : Питер, 2008. 240 с.
2. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М. : «Медиум», 1995. 323 с.
3. Гидденс Э. Устроение общества. О теории структурации. М. : Академический проект, 2003. 525.
4. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М. : Канон-Пресс-Ц : Кучково Поле, 2000. 304 с.
5. Ильин В. И. «Чувства» и «эмоции» как социологические категории // Вестник СПбГУ. Сер. 12. 2016. Вып. 4. С. 28—40.
6. Hochschild A. The managed heart: Commercialization of human feeling. Berkeley: University of California Press, 1983.
7. Hochschild A. Emotion work, feeling roles, and social structure. *American Journal of Sociology.* 1979. 85. 551—575.

И. В. Ломакин

О СЕМАНТИКЕ НЕКОТОРЫХ БАЗОВЫХ ПОНЯТИЙ В СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ НЕ-РОДИТЕЛЬСТВА

ЛОМАКИН Илья Валерьевич — студент, стажер-исследователь Лаборатории сравнительных социальных исследований, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия.
E-MAIL: elijah.lomakin@gmail.com
ORCID: 0000-0002-6850-6329

Аннотация. В данной статье оспаривается корректность употребления термина «чайлдфри» (от англ. «childfree») исследователями, занятыми изучением граждан, сознательно отказывающихся от рождения детей. Автор подробно рассматривает смысловую нагрузку данного термина, прослеживая его укорененность в политико-идеологическом поле. Одновременно предлагается к рассмотрению более нейтральное, но и более емкое понятие «сознательная бездетность», выделяются три его базовые характеристики. В заключение автор проговаривает основные перспективы употребления термина «чайлдфри» в научном дискурсе, тем самым еще раз переопределяя его семантические границы.

Ключевые слова: не-родительство, чайлдфри, сознательная бездетность, семантическая демаркация

Благодарность. Публикация подготовлена при поддержке гранта Президента РФ для государственной поддержки молодых российских ученых — докторов наук, проект МД-3743.2018.6 «Формирование и развитие института материнства и младенчества в истории России XVII—XX вв.»

Среди наиболее характерных черт современного мира — стремительные трансформации семьи и брака. Россия, несмотря на отмечаемый многими исследователями консервативный поворот в общественно-политическом дискурсе вообще и семейной политике в частности [Кон, 2010; Малинова, 2014; Печерская, 2013; Чернова, 2013; и др.], остается в рамках глобальных демографических трендов. Так, естественным образом интерес исследователей к альтернативным формам семьи в последние годы не только сохраняется, но и растет. Более того, увеличившееся

внимание ряда средств массовой информации к «необычным» семьям и, как следствие, множество самых разносортных тематических публикаций — все это также свидетельствует об актуальности упомянутого выше тренда и наличии запроса на качественные аналитические материалы и полноценные исследования.

Одна из наиболее часто изучаемых современных форм семьи — семьи, сознательно отказывающиеся от рождения детей, т. е. практикующие не-родительство. При попытке наделить данное явление определяющим понятием российские исследователи часто приходят к решению использовать широко употребляемый в том числе и в повседневном дискурсе термин «чайлдфри» (от англ. «childfree» — «свободные от детей»).

В данной работе мы стремимся оспорить такой подход и, основываясь на собранном эмпирическом материале[1], а также теоретических разработках предшественников, не претендуя на исчерпывающее объяснение, предпринимаем попытку более четкой демаркации сематических (смысловых) границ между базовыми идентификационными понятиями исследуемого поля — «чайлдфри» и «сознательно бездетные» (voluntarily childless). Данная работа представляется нам важной в свете необходимости создания в российских социальных науках условий для грамотного и предметного диалога в рамках вопроса о сознательной бездетности.

Наши западные коллеги, имея больший опыт и более долгую историю проведения исследований явления не-родительства, успели заметить, что некоторые понятия имеют достаточно разноплановую смысловую нагруженность. Так, Г. Шапиро, не стремясь к какой-либо систематизации именования сознательно бездетных, в 2014 г. приводила следующие варианты: voluntarily childless, intentionally childless, childless by choice, unchilded, non-mother, non-father, without child, childfree [Shapiro, 2014: 1]. Однако тогда для своего критического обзора литературы, накопленной за более чем 30 лет изучения сознательной бездетности, Шапиро выбрала именно термин «сознательная бездетность» в свете, как она тогда писала, «неоднозначности» других.

Одним из наиболее цитируемых в российских научных публикациях о не-родительстве сегодня является определение, данное демографом Ольгой Исуповой, которая определила чайлдфри как «людей, состоящих

[1] Эмпирический материал собирался специально для исследовательского проекта «Вмешательство государства в сферу приватного: К вопросу о политической вовлеченности добровольно бездетных в современной России» (науч. рук. — PhD, доцент НИУ ВШЭ О. Г. Исупова) в 2015—2016 гг. и составил в результате 18 глубинных интервью и 1 фокус-группу с сознательно бездетными гражданами РФ.

в браке и живущих полноценной сексуальной жизнью, но целенаправленно принимающих меры для того, чтобы у них не рождались дети» [Исупова, 2010]. Тем не менее в нашем представлении описанная социальная группа есть не что иное как *сознательно бездетные* (с небольшой поправкой на то, что состояние в браке здесь вряд ли можно назвать первоочередным и определяющим критерием).

Что же касается чайлдфри, то, по крайней мере, в российском контексте, чайлдфри сегодня подразумевает определенную *идентичность*, обязательно относящую человека к соответствующему сообществу, а также некоторую, пусть и ограниченную, но потенциально существующую *социально-политическую активность, мобилизованность*. Напомним, что сам термин с 1980-х годов стал использоваться защитниками прав «не-родителей» (non-parents) [Clausen, 2002] и в этом смысле сразу же приобрел политизированные коннотации. То есть чайлдфри — это термин в принципе возникший для самоутверждения отдельной социальной группы, на что как минимум указывает основной смысловой посыл — заключенная в термине идея «*свободы от* детей» как утверждение того, что жизнь может быть счастливой и без потомства. Более того, именно отсутствие потомства и является залогом счастья: «childfree» становится антитезой термину «childless» (пер. с англ. «бездетный»), который, в свою очередь, как раз-таки подразумевает у носителя сожаление об отсутствии детей. Уместно также упомянуть, что в мире под именем «чайлдфри» формируются разнообразные сообщества (как виртуальные, так и реальные), и именно при использовании этого термина возникают общественно (а порой даже и политически) резонансные дискуссии о популяризации «идеологии чайлдфри» и т. п. [Chancey, Dumais, 2009].

Сознательно бездетный (voluntarily childless), в отличие от чайлдфри, — более широкое, но в то же время фундаментальное и максимально очищенное от каких бы то ни было дополнительных смыслов понятие. *Широкое* — потому что включает в себя как людей, для кого принятие решения о не-заведении детей является лишь частью собственного мировоззрения, так и тех, кто объединяется в определенные сообщества, используя само это решение в качестве базы для сплочения. *Фундаментальное* — потому что так или иначе чайлдфри-культура базируется на аспектах, полностью присущих сознательно бездетным. *Очищенное от дополнительных смыслов* — так как сознательная бездетность не принимает никаких иных смыслов, помимо одного, выраженного во фразе «*я не хочу иметь детей*» (одновременно само понятие *чайлдфри*,

как уже было отмечено, по умолчанию содержит в себе значение борьбы за «свободу от детей»).

Таким образом, не каждый человек, сознательно отказывающийся от рождения детей, может быть назван «чайлдфри». Это может быть объяснено и его самоидентификацией («*просто некоторые не любят этого слова [чайлдфри], говорят, не называйте меня так, я просто не хочу детей. Их право*» — Анастасия, 33 года, Москва), и его непринадлежностью к чайлдфри-сообществу вообще.

Отметим тренд на универсализацию понятия «чайлдфри». Едва ли задумываясь о том, что может быть совершена грубая ошибка, в содержание этого понятия часто включают ненависть к детям (так называемое «чайлдхейтерство») или заменяют им «сознательную бездетность». В итоге чайлдфри становится крайне широким и размытым концептом, который разными индивидами понимается также по-разному.

Обсуждаемый вопрос о грамотной категоризации сознательно бездетных граждан важно учитывать не только на уровне анализа данных, но и при сборе эмпирического материала, уделяя внимание особенностям респондента и отказываясь от идеи сплошной маркировки всех респондентов посредством термина «чайлдфри». Важно различать индивидуальные особенности и интенции каждого конкретного респондента.

Список литературы

1. Исупова О. 2010. Почему чайлдфри отказываются от детей? // Демоскоп Weekly. № 427—428. URL: http://demoscope.ru/weekly/2010/0427/gender01.php (дата обращения: 31.03.2018).
2. Кон И. С. Клубничка на березке : Сексуальная культура в России. М. : Время, 2010.
3. Малинова О. Ю. «Духовные скрепы» как государственная идеология. Возможности и ограничения // Россия в глобальной политике. 2014. Т. 12. № 5. С. 113—122.
4. Печерская Н. В. Перспективы российской семейной политики: Принуждение к традиции // Журнал социологии и социальной антропологии. 2013. Т. 16. № 4. С. 94—105.
5. Чернова Ж. В. Семья как политический вопрос: Государственный проект и практики приватности. СПб. : Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2013.
6. Chancey L., Dumais S. A. Voluntary Childlessness in Marriage and Family Textbooks, 1950—2000. *Journal of Family History*. 2009. Vol. 34. No. 2. P. 206—223.

7. Shapiro G. Voluntary Childlessness: A Critical Review of the Literature. *Studies in the Maternal.* 2014. Vol. 6. No. 1. P. 1—15. DOI: http://doi.org/10.16995/sim.9.
8. Clausen C. 2002. Childfree in Toyland. *The American Scholar*. Vol. 71. No. 1. P. 111—121.

А. Н. Тимохович, С. С. Филенко

ОСОБЕННОСТИ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ КУЛЬТУРНОГО ПРОДУКТА

ТИМОХОВИЧ Александра Николаевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Государственный университет управления, Москва, Россия.
E-MAIL: 3178720@list.ru
ORCID: 0000-0001-5326-5975

ФИЛЕНКО Степан Сергеевич — магистрант, Государственный университет управления, Москва, Россия.
E-MAIL: stephanfilenko@gmail.com
ORCID: 0000-0003-3614-5829

Проблематика продвижения культурного продукта с каждым годом становится все более актуальной. Усвоение культурных ценностей является неотъемлемой частью процесса социализации. Существует более двадцати видов учреждений, которые участвуют в производстве и распространении культурных ценностей, удовлетворяющих духовные потребности людей [Дискин, 2016]. Традиционными каналами сохранения и передачи культурных ценностей последующим поколениям являются музеи и центры искусства, в которых сосредоточены основные объекты искусства разных времен.

Ряд авторов в рамках проведенных исследований констатируют факт смены концепции элитарного потребления культурных ценностей концепцией массового потребления [Костина, Кожаринова, 2015; Саймон, 2017].

В соответствии с обозначенной тенденцией проблематика продвижения музея, привлечения внимания к его экспозиции и вовлечения потребителей в восприятие культурного продукта выходит на первый план [Ульяновский, 2012].

Австрийский исследователь современного искусства, эксперт в области музейного проектирования Дитер Богнер в одной из последних книг рассуждает о том, что в Западной Европе музеи в основном посещают туристы, посещаемость музеев со стороны местного населения составляет 10—15 %. Причины непосещения музеев могут быть изучены [Bogner, Thun-Hohenstein, 2016]. Для изучения поведения потребителей культур-

ного продукта в 2016 г. было проведено эмпирическое исследование потребительского поведения посетителей центра фотографии имени братьев Люмьер.

Цель исследования: изучить особенности поведения потребителей культурного продукта. Объектом исследования выступили посетители центра фотографии имени братьев Люмьер. Предметом исследования были особенности потребительского поведения посетителей.

Исследование включало в себя два этапа. На первом этапе был организован и проведен опрос в форме глубинного интервью 12 посетителей центра с целью выявить особенности выбора музейных площадок для посещения, ожиданий посетителей музея от экспозиций, специфики мотивации посещения музеев и экспозиционных площадок разного типа, выбора информационных источников о музейных площадках и выставках.

Результаты глубинных интервью были положены в основу разработки бланка анкеты для проведения опроса посетителей центра. Анкетирование было проведено среди посетителей выставок «Видение Виктора Колара. Чешское фото» летом 2016 г. и «Без смущения» в сентябре 2016 г. Было опрошено 235 посетителей, использовалась случайная выборка, к участию в опросе приглашался каждый третий посетитель центра.

Остановимся на основных результатах анкетного опроса посетителей центра фотографии братьев Люмьер.

69 % посетителей центра составили молодые люди в возрасте до 25 лет, 24 % — от 26 до 45 лет, 7 % — люди старше 45 лет. Мы видим, что большую часть посетителей центра составляет молодежь. Данный тренд можно объяснить тем, что молодежь наиболее мобильна и открыта для восприятия всего нового, в том числе и в области искусства. Фотографическое искусство является довольно молодым направлением в искусстве в целом.

Более активно посещают выставки представители женского пола: 68 % по всем возрастным категориям опрошенных. Специфика процесса социализации в российском обществе, базирующаяся на эгалитарности полов, приводит к тому, что представители обоих полов имеют возможность приобщаться к разным культурным ценностям на равных.

Была выявлена следующая структура организации и проведения свободного времени респондентов (в ответе на вопрос можно было выбрать три варианта ответа): 52 % проводят время в интернете, 39 % опрошенных указали, что в свободное время они общаются с друзьями, 33 % читают, 28 % отдыхают на природе, 27 % в свободное от основного вида занятости

время вынуждены работать/подрабатывать, 26% занимаются спортом, 24% ходят в кино, 22% проводят свободное время с семьей, 22% ходят на концерты, 11% посещают объекты искусства, 10% занимаются домашним хозяйством, 9% предпочитают пассивные формы досуга (сон, просмотр телевизора). Несмотря на то что опрос проводился непосредственно при посещении выставки, только каждый десятый респондент выбрал посещение объектов искусства в качестве основной формы проведения свободного времени.

На вопрос о частоте посещения объектов искусства были получены следующие ответы. Наиболее часто посещают музеи представители молодежи в возрасте до 25 лет: 73% ответили, что посещают объекты искусства один раз в месяц и чаще. 60% респондентов в возрасте от 26 до 45 лет и 54% респондентов более старшего возраста посещают объекты искусства один раз в квартал. Следует отметить, что опрос проводился среди посетителей центра современной фотографии, этим можно объяснить столь высокие показатели посещаемости объектов искусства.

Респонденты указали, что в основном они самостоятельно осматривают экспозиции (72% опрошенных); 25% отметили, что по возможности прибегают к услугам экскурсоводов, в том числе пользуются аудиогидами. Также представители молодежи в возрасте до 25 лет и посетители в возрасте от 26 до 45 лет отметили, что активно пользуются интерактивными приложениями музеев, которые позволяют при посещении выставки знакомиться с экспозицией самостоятельно, получая расширенную информацию.

Респонденты недостаточно хорошо осведомлены о том, что большинство современных музеев предлагают посетителям разнообразную программу, связанную не только с осмотром основных экспозиций. Лектории, мастер-классы, квесты, экскурсии с игровыми технологиями, тематические мероприятия, возможность использовать площадку музея для организации праздника (например, программы «День рождения в музее» или «Выпускной в музее») — не полный перечень видов активностей, которые респонденты самостоятельно перечисляли в открытом вопросе анкеты (ответы предоставил только каждый четвертый опрошенный).

Среди причин редкого посещения объектов искусства респонденты называли отсутствие информации о новых экспозициях, мероприятиях в музеях (38%); высокая занятость, отсутствие свободного времени (24%); высокая стоимость входных билетов (15%); отсутствие интереса к определенным экспозициям (17%); неудобное время работы музея

(6%). По мнению большинства респондентов, информирование о деятельности музейных площадок, об экспозициях недостаточное.

Основными мотивами посещения объектов искусства респонденты указывали следующие (ответ на вопрос предусматривал выбор трех альтернатив): отдохнуть, расслабиться, провести свободное время (39% опрошенных); отслеживание последних тенденций в определенных сферах искусства (21% опрошенных); узнать что-либо новое, интересное, расширить кругозор (21% опрошенных); возможность пообщаться и обсудить увиденное с друзьями, знакомыми (14% опрошенных); приобщиться к возвышенному, прекрасному (6% опрошенных). По структуре выявленных мотивов можно сделать вывод о том, что для большинства респондентов доминирующей является компенсаторная функция искусства, связанная с возможностью переключить внимание с тягот и забот обыденной жизни на иную сферу деятельности.

Респонденты наиболее активно используют интернет, в частности социальные сети, для получения информации о предстоящих выставках, мероприятиях в сфере искусства (57% ответивших), 29% узнают о новых экспозициях от знакомых и друзей; лишь 14% опрошенных используют традиционные СМИ (телевидение, радио, газеты, журналы) для получения информации о музеях и выставках.

На основе проведенного исследования следует сформулировать общие рекомендации по продвижению музейного культурного продукта.

Во-первых, программа продвижения музейного продукта должна быть скорректирована в зависимости от типа продукта (исторический продукт, музыкальный, визуальный и пр.).

Во-вторых, необходимо при разработке программы продвижения музейного продукта учитывать особенности вовлечения в потребление культурного продукта разных сегментов аудитории.

В-третьих, в связи с особенностями использования информационных источников для повышения осведомленности потенциальной аудитории о выставках и иных видах активностей, которые предлагают музеи, следует активнее использовать интернет-пространство.

В-четвертых, поскольку современному потребителю культурного продукта предлагается большое разнообразие видов и форм усвоения духовных ценностей, музеям и иным организациям культуры необходимо разрабатывать и использовать новые формы взаимодействия с потребителем, в том числе с применением интерактивных средств.

Список литературы

1. Дискин И. Е. Институты: загадка и судьба. М. : РОССПЭН, 2016.
2. Костина А. В., Кожаринова А. Р. Конструктивный социальный потенциал массовой культуры. Специфика проявления в информационном обществе. М. : Ленанд, 2015.
3. Саймон Н. Партиципаторный музей. М. : Ад Маргинем Пресс, 2017.
4. Ульяновский А. В. Реклама в сфере культуры. М. : Лань, 2012.
5. Bogner D., Thun-Hohenstein C. Friedrich Kiesler Lebenswelten. Life visions. Birkhauser, 2016.

С. А. Козлова

К ОБОСНОВАНИЮ ВЫБОРА МОДЕЛИ ФИНАНСОВОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

КОЗЛОВА Светлана Александровна — старший преподаватель кафедры финансов, Сибирский федеральный университет, Красноярск, Россия.
E-MAIL: s.a.kozlova@inbox.ru

Аннотация. В данной работе рассматривается влияние модели финансового обеспечения здравоохранения на состояние здоровья населения. В ходе исследования проанализированы показатели состояния здоровья населения за период с 1995 г. по 2015 г. в трех странах с разными моделями финансирования здравоохранения (на примере США, Великобритании и России). Результаты исследования показали сильную положительную связь государственных и частных расходов на здравоохранение с состоянием здоровья населения, при этом наибольшее положительное влияние на снижение смертности населения оказывает увеличение государственных расходов.

Ключевые слова: здравоохранение, факторы риска, смертность, страхование, бюджетирование

По данным Всемирной организации здравоохранения (ВОЗ), 75% смертей в России обусловлены хроническими неинфекционными заболеваниями (далее — ХНИЗ), такими как сердечно-сосудистые, онкологические, заболевания органов дыхания и диабет [Научная платформа…].

Хронические неинфекционные заболевания являются не только угрозой преждевременной смерти, но и способны значительно снизить качество жизни и повлиять на развитие человеческого потенциала через процессы демографического воспроизводства и способность населения к труду. Это подтверждается, в частности, исследованиями М. Гроссмана [Grossman, 1972], который отмечал, что качество здоровья значительно влияет на развитие человеческого капитала за счет дополнительного рабочего времени и полезности.

При этом одной из приоритетных задач государственной политики Российской Федерации в соответствии с Концепцией долгосрочного социально-экономического развития РФ до 2020 г. (далее — Концепция)

[Распоряжение Правительства…, 2008] является развитие человеческого потенциала.

В Концепции отмечается, что негативные тенденции в развитии человеческого потенциала в РФ обусловлены низким качеством и снижением уровня доступности социальных услуг, в том числе в сфере здравоохранения. Снизить влияние негативных тенденций способно увеличение охвата населения высококачественной и эффективной первичной медико-санитарной помощью, которая является основой системы оказания медицинской помощи.

В связи с этим особую актуальность приобретают вопросы эффективности выбора финансового обеспечения сферы здравоохранения. При растущем уровне финансового обеспечения программ государственных гарантий бесплатного оказания медицинской помощи через систему обязательного медицинского страхования (в 2006 г.— 42 %, в 2016 г.— 69 %) пристальное внимание необходимо уделять достигнутым результатам использования средств, направленных на реализацию программы обязательного медицинского страхования.

В связи с вышеизложенным для снижения уровня влияния негативных факторов в виде ХНИЗ на развитие человеческого потенциала необходимо в среднесрочной перспективе реализовать основную цель государственной политики в сфере здравоохранения — обеспечение доступности медицинской помощи и повышение эффективности медицинских услуг, объемы, виды и качество которых должны соответствовать уровню заболеваемости и потребностям населения, передовым достижениям медицинской науки [Об утверждении…, 2014].

В исследовании проведен анализ влияния расходов на показатели состояния здоровья населения в трех существующих моделях финансового обеспечения сферы здравоохранения:

— частная (рыночная) модель в США;
— бюджетная модель в Великобритании;
— страховая модель в России.

Исследование проведено за период с 1995 по 2015 гг. Данные, использованные в эмпирическом анализе, были получены из Сборника индикаторов мирового развития (WDI) Всемирного банка [Сборник показателей…].

В качестве переменных были выбраны следующие показатели:

— расходы на здравоохранение;
— частные расходы на здравоохранение;

— валовой внутренний продукт на душу населения;
— доля населения в возрасте до 18 лет;
— доля населения в возрасте от 18 до 55 лет, старше 56 лет;
— ожидаемая продолжительность жизни при рождении (годы);
— смертность;
— доход;
— сроки ожидания медицинской помощи.

По результатам проведенного анализа выявлено, что в Великобритании, где здравоохранение финансируется главным образом за счет государственных средств в рамках бюджетной модели, наличные расходы населения обычно низки и выше охват населения медицинской помощью.

Это объясняется тем, что для всех граждан обеспечен гарантированный доступ к медицинской помощи вне зависимости от получаемого дохода.

Важно отметить, что ввиду отсутствия дополнительных издержек при обращении за медицинской помощью потребитель может обратиться к врачу, даже если для этого отсутствует основание. Также потребитель в рамках бюджетной модели не заинтересован в повышении экономической эффективности государственных расходов и может выбирать услугу по более высокой цене при сопоставимом качестве.

При бюджетной модели также есть риск и со стороны поставщика услуг: потребитель не обладает компетенцией и знаниями для определения обоснованности назначения услуг, что приводит к навязыванию услуг со стороны поставщика.

При этом необходимо отметить, что за период с 1995 г. по 2015 г. существенно увеличились государственные расходы на здравоохранение по всему миру, в том числе и в Великобритании (см рис. 1).

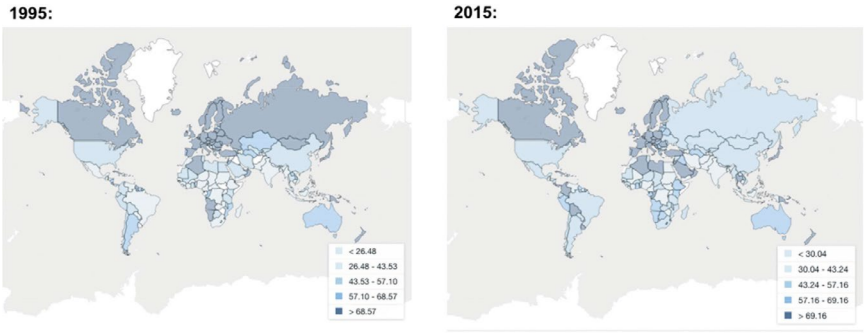


Рис. 1. Государственные расходы на здравоохранение [Сборник показателей…]

Однако рост расходов на здравоохранение превышает темпы экономического роста, что, в свою очередь, приводит к необходимости привлекать для оказания услуг личные средства граждан.

Например, на современном этапе за счет средств граждан услуг могут финансироваться стоматологические и косметологические услуги.

Привлечение личных средств граждан при этом рискует привести к росту неравенства в доступе к медицинской помощи, также потребитель услуги не позволит влиять на стоимость услуги и порядок ее предоставления. Эти риски приведут к неэффективному использованию средств граждан на получение медицинской помощи.

В заключение стоит отметить, что на современном этапе необходимо осуществлять поиск современных способов использования имеющихся ресурсов и усиливать контрольную функцию именно за качеством предоставляемых медицинских услуг, так как результативное использование ресурсов обеспечивается всеми участниками процесса оказания медицинской помощи.

Список литературы

1. Научная платформа «профилактическая среда». 2013. URL: http://www.gnicpm.ru/UserFiles/prof_sreda_bazis_posl_variant.pdf (дата обращения: 15.03.2018).
2. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие здравоохранения». Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 № 294. URL: http://government.ru/media/files/NfyPj24TXpc.pdf (дата обращения: 15.03.2018).
3. Распоряжение Правительства РФ от 17 ноября 2008 г. № 1662-р «О Концепции долгосрочного социально-экономического развития РФ на период до 2020 года. URL: Система ГАРАНТ: http://base.garant.ru/194365/#ixzz4K9nDFIpH (дата обращения: 15.03.2018).
4. Сборник показателей мирового развития. World Development Indicators (WDI). URL: https://data.worldbank.org/ (дата обращения: 15.03.2018).
5. Grossman M. The demand for health: A theoretical and empirical investigation. New York: Columbia University Press. 1972.

А. А. Бочагов

ФИНТЕХ ДЛЯ ЧЕЛОВЕКА ИЛИ ЧЕЛОВЕК ДЛЯ ФИНТЕХА: ВЗГЛЯД С ПОЗИЦИЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ

БОЧАГОВ Александр Александрович — независимый аналитик, специалист в сфере цифровой экономики, Москва, Россия.
E-MAIL: a.bochagov@gmail.com

Аннотация. Автор предлагает взгляд на финансовые технологии через призму их влияния на социальные аспекты современной жизни, дает функциональное определение финтеха. На основе ретроспективного блиц-анализа характеризует основные этапы его развития. Демонстрирует неизбежность превращения финтеха, в том числе криптофинтеха, в действенный инструмент банковского сообщества по распространению и укреплению своего контроля над человеком, обществом и государством.

Ключевые слова: финтех, криптофинтех, финтех-рабство, банковское сообщество, государственный суверенитет в информационной сфере.

Финансовые технологии, или «финтех», сегодня на слуху, однако общепринятого определения данного явления не существует. Более того, эксперты расходятся в оценках роли финтеха в современной экономике [Chishti, Barberis, 2016]. Со своей стороны даже выскажу сомнение в обоснованности его выделения в отдельное экономическое явление. Ученые не стремятся дать финтеху какое-либо исчерпывающее определение, нет реальных попыток его социологического осмысления.

Для целей данной статьи вполне достаточно будет определения финтеха из Википедии: «отрасль, состоящая из компаний, использующих технологии и инновации, чтобы конкурировать с традиционными финансовыми организациями в лице банков и посредников на рынке финансовых услуг…». При этом в специализированной литературе к финансовым технологиям относят скорее сервисы и инструменты, которые с разными целями применяются в сфере финансов.

Таким образом, финтех следует воспринимать как надстройку над денежной, точнее кредитно-денежной, системой. Функция финтеха — сначала предоставить в распоряжение человека удобные инструменты для

непрерывного совершения финансовых операций, а затем сделать его заложником этой системы.

Можно утверждать, что жизнь людей превратилась в продленное во времени мероприятие по подготовке к добыванию денег, а затем их фактическому зарабатыванию, для многих основной жизненной целью стало повышение своей капитализации на рынке труда. Финтех же предстает своеобразным игровым интерфейсом, который виртуализирует денежно-кредитные отношения, стирает грань между реальными и электронными деньгами, собственными и заемными средствами, превращает финансовые операции в некоторого рода онлайн-развлечение, имеющее, правда, совершенно ощутимые в реальном мире последствия.

Пониманию экономической и социологической сущности финтеха способствовало бы, на наш взгляд, рассмотрение данного феномена в ретроспективе, выделение этапов его развития. В развитии финтеха прослеживаются четыре этапа, притом что переход к новому этапу не отвергал предыдущий. И сегодня в экономике мы можем наблюдать сосуществование финтеха разной степени зрелости.

Этап 1. С развитием интернета банки стали внедрять наиболее очевидные по предполагаемым выгодам финансовые технологии. Последние должны были ускорить и удешевить проведение меж- и внутрибанковских операций (swift), предложить клиентам первые финтех-услуги в виде банковских карт и межбанковских платежей.

Этап 2. Финансовые технологии внедрены в наиболее очевидные области, где они давали эффект экономии, скорости и удобства, однако это происходит в относительно консервативном ключе, не трансформируя саму суть банковской/финансовой деятельности.

Этап 3. Финансовые технологии начинают активно развивать и внедрять компании, не связанные с кредитно-финансовым сектором. Клиент-пользователь, видя очевидные преимущества финтеха, стал с большим интересом и доверием относиться к игрокам, предлагающим сервисы, конкурирующие по функционалу, качеству и цене с традиционным банковским обслуживанием. Этот этап можно охарактеризовать как борьбу за клиента (между традиционными банками и финтех-компаниями) за счет предоставления ему более дешевых и удобных сервисов.

При этом характерной чертой третьего этапа стало то, что фундаментальных исследований в области финтеха не производилось.

Этап 4. Банки, ощутив конкуренцию со стороны финтех-сектора и оценив его конкурентные преимущества, начали форсированно внедрять

финансовые технологии в собственные бизнес-процессы. Желая сохранить свои позиции на меняющемся рынке, они либо активно скупали финтех-стартапы для развития собственных платформ, либо сотрудничали с уже состоявшимися финтех-компаниями.

Более того, банковское сообщество взяло на себя лидерство в проведении фундаментальных исследований и разработке новых финансовых технологий, создало условия для концентрации финтех-стартапов в своих проектах (бизнес-инкубаторах и т. п.).

Так, банки, вооруженные передовыми финансовыми технологиями, стали реализовывать концепции «банк как платформа» и «финансовый маркетплейс / магазин», идеология которых предполагала исключить из бизнес-моделей посредника в лице банка и стимулировать предпринимательскую активность за счет сведения напрямую продавцов и покупателей, кредиторов и заемщиков, упрощения взаимодействия между ними [Катрич, 2017]. В этих целях, имея значительно более мощные финансовые ресурсы и лоббистские возможности, банковское сообщество формирует на государственном уровне необходимую инфраструктуру, а также законодательную базу в интересах финансового сектора цифровой экономики.

В складывающейся конфигурации потребитель (клиент) из «хозяина» рынка вновь превращается в «кормовую базу». При этом качество и изощренность финансовых технологий уже не несет дополнительных очевидных для него выгод. Клиенту предлагаются все более разнообразные комбинированные сервисы с сопутствующими услугами и, что реже, товарами, которые призваны спровоцировать на более значимые траты, чем те, на которые он изначально рассчитывал, навязать больше услуг, чем ему объективно нужно.

Основной возможностью для монетизации финтеха становится вовлечение в него все большего числа граждан, т. е. радикальное расширение клиентской базы. Конечно же, это происходит под лозунгами повышения финансовой грамотности населения, доступности услуг для всех категорий граждан.

Самые «благородные» из предлагаемых инициатив — это повышение финансовой грамотности населения, в частности введение специального раздела в школьный курс «Обществознания». Не секрет, что основными пользователями финтеха являются молодые люди, в том числе школьники, которые прекрасно овладевают необходимыми навыками самостоятельно и без особых усилий, уже находясь в парадигме цифрового

мира. Введение же дополнительного курса выглядит контрпродуктивно, поскольку его программа будет устаревать еще на стадии согласования в Минобрнауки.

Существуют и более действенные механизмы, которые позволяют гарантированно расширить охват населения финтехом. В первую очередь это технологии удаленной идентификации/аутентификации граждан по биометрическим параметрам. Они тесно связаны с созданием условий, препятствующих получению аналогичных услуг неудаленно, т. е. с помощью обращения в физический офис банка. Так, ПАО «Сбербанк» рассматривает возможность закрытия части своих отделений в ряде регионов по причине нерентабельности. При этом совершенно игнорируется социальная функция банка по гарантированному кредитно-расчетному обслуживанию граждан.

Банковским сообществом во главе со Сбербанком уже озвучивалась готовность предоставить свою инфраструктуру для реализации некоторых государственных функций, например, выдачи паспортов. Данная инициатива, связанная с существенными рисками частичной утраты государственного суверенитета в информационном пространстве и гарантировавшая 100 %-й охват населения страны, не была реализована.

Даже самую «независимую» ветвь финтеха — крипторынок с его технологией блокчейн — банки также берут под контроль и постепенно встраивают в свою экосистему, несмотря на то, что идеология криптовалют, в первую очередь биткойна, заключалась именно в создании системы хранения, накопления и взаиморасчетов, которая бы стала альтернативой существующей финансовой системе, читай — банковской [Винья, Кейси 2018]. Уверенный рост и увеличение доли рынка демонстрируют именно те альткоины (криптовалюты и токены), за которыми стоят технологии, востребованные в банковском секторе (например, Ripple). Подобно традиционному финтеху, криптофинтех берется банковским сообществом под контроль и на уровне фундаментальных разработок — ведущими банками, объединенными в международные блокчейн-консорциумы R 3 и HyperLedger, осуществляется исследование и тестирование технологий блокчейн.

Таким образом, финтех сегодня — это действенный инструмент в руках банковского сообщества, который позволяет финансовым учреждениям расширять влияние на человека, общество и государство. При этом тот уровень удобства и комфорта, который финтех приносит человеку и обществу, делает его неуязвимым, он все плотнее вплетается в ткань

современной жизни, потребительских привычек и образа жизни, делая финтех-рабство приятным и незаметным.

Список литературы

1. Катрич А. С. Финтех — через трансформацию к новой экономике // Глобальные рынки и финансовый инжиниринг. 2017. Том 4. № 1. С. 65—72.
2. Винья П., Кейси М. Эпоха криптовалют. Как биткоин и блокчейн меняют мировой экономический порядок. М. : Манн, Иванов и Фербер, 2018.
3. Chishti S., Barberis J. The FINTECH Book: The Financial Technology Handbook for Investors, Entrepreneurs and Visionaries. John Wiley and Sons, Ltd, 2016.

И. Н. Дементьева

РЕГИОНАЛЬНЫЕ АСПЕКТЫ ИЗМЕРЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ НАСТРОЕНИЙ НАСЕЛЕНИЯ

ДЕМЕНТЬЕВА Ирина Николаевна — научный сотрудник лаборатории исследования социальных процессов и эффективности государственного управления, Вологодский научный центр РАН, Вологда, Россия.
E-MAIL: irinika_74@mail.ru
ORCID: 0000-0002-3072-5614

Аннотация. В настоящей статье рассматриваются тенденции потребительских настроений жителей Вологодской области на основе анализа динамики и особенностей многокомпонентного агрегированного показателя — индекса потребительских настроений. С использованием множественного регрессионного анализа исследуется влияние макроэкономических индикаторов на потребительские настроения населения региона. Работа основывается на данных мониторинга общественного мнения, проводимого Вологодским научным центром РАН на территории Вологодской области, а также на данных официальной статистики. Проведенное исследование позволяет сделать вывод о том, что индекс потребительских настроений чутко фиксирует ситуацию экономического спада или подъема, реагирует на ее возможные изменения. Анализ взаимовлияния динамики потребительских настроений и динамики макроэкономических индикаторов показывает, что массовое потребительское сознание отражает в основных тенденциях ключевые аспекты социально-экономического положения региона, уровня и качества жизни населения, что представляет определенные возможности прогнозирования их дальнейшего развития.

Ключевые слова: потребительские настроения, социально-экономическое развитие, уровень жизни, региональное сообщество, мониторинг общественного мнения

Благодарность. Статья подготовлена при поддержке гранта РФФИ № 16-03-00188/16 «Региональный социальный капитал в условиях кризиса».

Трансформационные процессы, происходящие в социально-экономической жизни современного общества, непосредственным образом отражаются в сознании людей, их настроениях, представлениях, оценках. Одним из уникальных инструментов, позволяющих учитывают субъективные представления, намерения, ожидания населения и их влияние на экономические процессы, является индекс потребительских настроений (ИПН) — многокомпонентный индикатор, который рассчитывается на основе социологической информации.

Использование ИПН в макроэкономических исследованиях позволяет учесть психологические факторы при моделировании и прогнозировании экономики [Николаенко, 1997: 42]. Составление прогнозов развития социально-экономической ситуации дает возможность вовремя уловить тенденции, которые зачастую трудно обнаружить с помощью традиционных методов и, исходя из этого, внести коррективы в управление экономическими процессами [Россинская, 2007].

Целью исследования, представленного в статье, стал анализ региональных особенностей и тенденций потребительских настроений населения. Достижению указанной цели способствовали: анализ динамики индекса потребительских настроений на основе данных мониторинга общественного мнения жителей Вологодской области; исследование факторов, влияющих на изменение потребительских настроений с использованием корреляционного и множественного регрессионного анализа.

Вологодский научный центр Российской академии наук проводит исследование динамики индекса потребительских настроений в рамках регулярного мониторинга общественного мнения на территории Вологодской области с конца 1990-х годов. Каждые два месяца (6 раз в год) опрашивается 1500 жителей старше 18 лет в двух крупных городах (Вологда, Череповец), а также в 8 районах области. Основным методом мониторинга является анкетирование по месту жительства респондентов. Объем выборочной совокупности исследования составляет около 9 тысяч жителей региона в год [Дементьева, 2013: 86].

ИПН рассчитывается на основе методики, разработанной Мичиганским университетом США в 1950-е годы и применяемой в масштабах России «Левада-Центром» [Индекс потребительских настроений…]. Для расчета ИПН используются данные опросов общественного мнения по пяти вопросам, относящимся к текущему экономическому положению населения и экономики в целом, а также оценке ближайших перспектив их развития [Красильникова, 1997: 9]. Для каждого вопроса рассчитываются частные

индексы, средняя арифметическая из частных индексов дает совокупную величину — индекс потребительских настроений [Шабунова, Дементьева, 2017: 10].

Согласно данным мониторинга, на протяжении всего периода измерений с 1998 по 2017 г. (за исключением временного отрезка с 2005 по 2008 гг.) индекс потребительских настроений населения Вологодской области располагался ниже нейтральной отметки 100 пунктов, что свидетельствует о преобладании негативных оценок населения в отношении собственного уровня и качества жизни и неуверенности в перспективах развития экономики (см. рис. 1). Наиболее существенная негативная динамика ИПН отмечалась в кризисные периоды: в 1998 г. во время дефолта (индекс упал до отметки 54 пункта), в 2008 г., когда население столкнулось с последствиями мирового финансового кризиса (72 пункта), в 2015 г. в условиях текущего кризиса (77 пунктов).

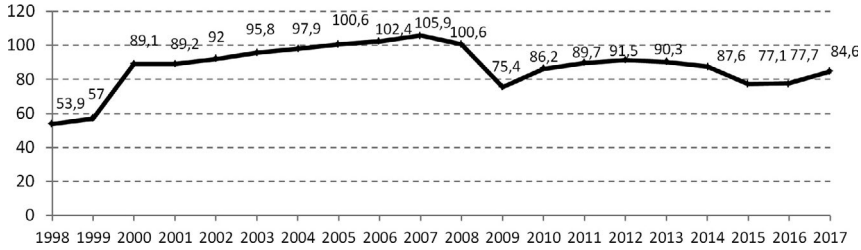


Рис. 1. Динамика индекса потребительских настроений в Вологодской области, в пунктах

Для изучения факторов, оказывающих влияние на потребительское поведение населения Вологодской области, мы использовали множественный регрессионный анализ. В качестве объясняемых переменных были взяты частные составляющие ИПН, а в качестве объясняющих факторных переменных — макроэкономические индикаторы, предоставляемые органами официальной статистики: реальные располагаемые денежные доходы, оборот розничной торговли продовольственных и непродовольственных товаров, индекс промышленного производства в Вологодской области, индекс потребительских цен.

На основе данных опросов и статистики за период с 2000 по 2017 гг. были построены линейные модели множественной регрессии, которые отражают зависимость потребительских настроений населения Вологодской области от показателей, характеризующих социально-экономическое развитие региона, уровень и качество жизни населения.

Согласно результатам проведенного анализа, модели множественной регрессии демонстрируют высокие показатели коэффициента детерминации (R-squared) по всем рассматриваемым позициям (см. табл. 1).

Коэффициент детерминации рассчитывается по формуле:

$$R^2 \equiv 1 - \frac{\sum_i (y_i - f_i)^2}{\sum_i (y_i - \bar{y})^2},$$

где y_i — выборочные данные,

f_i — соответствующие им значения модели.

Это свидетельствует о том, что вариация частных составляющих ИПН в среднем более чем на 80 % обусловлена вариацией выбранных нами макроэкономических индикаторов, т. е. на долю вариации факторных признаков приходится большая часть по сравнению с остальными неучтенными в модели факторами, влияющими на изменение результативного показателя. Таким образом, мы можем сделать вывод, что динамика показателей экономического развития региона, розничный товарооборот, инфляционные процессы и доходы населения оказывают существенное влияние на потребительские настроения жителей региона. Особенно это касается краткосрочных (на 1 год) и долгосрочных (на 5 лет) прогнозов относительно развития экономики страны (R-squared — 0,87 и 0,90 соответственно).

Анализ взаимосвязей между компонентами ИПН и макроэкономическими показателями указывает на то, что динамика ИПН отражает текущие макроэкономические процессы. Для государственных органов он может быть индикатором эффективности проводившейся экономической политики и ориентиром для формирования новой политики [Николаенко, 1997: 42]. Индекс не только чутко фиксирует тенденции экономической и социальной ситуации, но и реагирует на ее возможные изменения, что представляет возможности прогнозирования дальнейшего развития страны и региона [Ильин, Гулин, 1999: 4].

Таблица 1. ***Коэффициент детерминации множественной регрессии***

Факторные переменные X — макроэкономические показатели	**Объясняемые переменные Y — частные составляющие ИПН**	**Коэффициент детерминации R-squared**
X1 — Реальные располагаемые денежные доходы, в % к предыдущему году **X2** — Оборот розничной торговли непродовольственных товаров, в % к соответствующему периоду предыдущего года (в сопоставимых ценах) **X3 —** Оборот розничной торговли продовольственных товаров, в % к соответствующему периоду предыдущего года (в сопоставимых ценах) **X4 —** Индекс промышленного производства в Вологодской области, в % к предыдущему году **X5 —** Индекс потребительских цен (декабрь к декабрю предыдущего года, в %).	**Y1** — Индекс текущего личного материального положения В % к предыдущему году	0,7112
	Y2 — Индекс ожиданий изменения личного материального положения В % к предыдущему году	0,7738
	Y3 — Индекс целесообразности совершения крупных покупок В % к предыдущему году	0,7943
	Y4 — Индекс краткосрочных перспектив развития экономики страны (1 год) в % к предыдущему году	0,8668
	Y5 — Индекс долгосрочных перспектив развития экономики страны (5 лет) в % к предыдущему году	0,9010

Список литературы

1. Дементьева И. Н. Потребительские настроения населения в условиях политических перемен // Проблемы развития территорий. 2013. № 1 (63). С. 85—97.
2. Ильин В. А., Гулин К. А. Потребительские настроения как индикатор социально-экономических перемен. Вологда : ВНКЦ ЦЭМИ РАН, 1990. 40 с.
3. Индекс потребительских настроений. URL: https://www.levada.ru/indikatory/sotsialno-ekonomicheskie-indikatory/ (дата обращения: 15.03.2018).
4. Красильникова М. Результаты измерения индекса потребительских настроений в России, 1993—1996 гг. // Индекс потребительских настроений: технология, мониторинг, результаты: материалы международной конференции. М., 1997. 179 с.
5. Николаенко С. ИПН и макроэкономические показатели / Индекс потребительских настроений: технология, мониторинг, результаты. М., 1997. 179 с.

6. Россинская Г. М. К методологии анализа экономического поведения потребителя // Вестник Московского университета. Сер. 6: Экономика. 2007. № 6. С. 72—80.
7. Шабунова А. А., Дементьева И. Н. О кризисе, потреблении и социальной политике государства // Проблемы развития территорий. 2017. № 3 (89). С. 7—22.

С. С. Соловьев

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ РОССИЙСКИХ ВОЕННЫХ ПЕНСИОНЕРОВ: РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЙ ДОХОДОВ ДОМОХОЗЯЙСТВ

СОЛОВЬЕВ Сергей Сергеевич — кандидат социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии, Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия.
E-MAIL: ruisenior2@gmail.com

Аннотация. Статья посвящена анализу социально-экономического положения российских военных пенсионеров на основе результатов мониторинговых исследований за 2010—2017 гг. Автор акцентирует внимание на том, что социальная составляющая, в частности, военная пенсия, является важным компонентом доходов бывших военнослужащих.

Ключевые слова: социально-экономическое положение, военные пенсионеры, исследование домохозяйств, средний денежный доход, уровень благосостояния

С 2000 г. в Российской Федерации в соответствии со статьей 29 Федерального закона «О статусе военнослужащих» [Федеральный закон…, 2017] и постановления Правительства РФ от 27 февраля 1999 г. № 232 [Постановление Правительства РФ…, 1999] осуществляется социолого-статистический мониторинг основных аспектов материального благополучия, правового положения и социального обеспечения граждан, уволенных с военной службы, и членов их семей, инвалидов военной травмы и членов семей погибших военнослужащих на основе апробированной годами системы показателей [Методические рекомендации…, 2014]. В рамках мониторинга с помощью анкетного опроса раз в год в 30 субъектах Российской Федерации изучались основные показатели социально-экономического положения типичных домохозяйств военных пенсионеров [1]. Ежегодно опрашивалось не менее 1600 случайно

[1] По данным ООО «СОЛАР-Консалтинг», на 01.11.2017 на учете в военкоматах, органах МВД, Национальной гвардии и МЧС России состояло 1 316 219 военных пенсионеров. В это число не входят военные пенсионеры ФСБ России, в том числе Пограничных войск, и СВР России [Разработка предложений…, 2017].

отобранных бывших военнослужащих и исследовалось не менее 400 домохозяйств военных пенсионеров.

Особое внимание в ходе мониторинга уделялось доходной части бюджета домохозяйств военных пенсионеров, в том числе доли военной пенсии и различных денежных выплат в ней, расходной части, а также жилищным *условиям и медицинскому обслуживанию.*

Основные статистические показатели, характеризующие доходную часть домохозяйств военных пенсионеров, и для сравнения — населения России — представлены в таблицах 1 и 2.

Таблица 1. ***Основные показатели, характеризующие социально-экономическое положение домохозяйств военных пенсионеров***

Основные показатели	Данные социологического мониторинга по годам							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Средний доход (на члена домохозяйства военного пенсионера)*, в руб./мес.	14244	14713	23987	25194	29226	30003	30870	33713
Средний размер военной пенсии, в руб./мес.	9714	10228	18749	20311	21631	22254	22806	23558

* В цифру среднего дохода домохозяйства военного пенсионера входят: заработная плата и подработки военного пенсионера (по данным ООО «СОЛАР-Консалтинг», в 2017 г. работало 81,8% военных пенсионеров), военная пенсия, заработная плата и пенсия супруги, доход проживающих совместно других членов семьи, накопления и доход от предпринимательской деятельности.

Таблица 2. ***Основные социальные показатели, характеризующие социально-экономическое положение населения России***

Основные показатели	Данные Росстата по годам*							
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Денежный доход в среднем на душу населения, в руб.	19253	21435	24103	27367	28523	29281	30125	31812
Средний размер пенсии, в руб.	7608	8289	9414	10236	11600	12106	12440	12934

* По данным [Социально-экономическое…, 2010—2017]

В целом за годы наблюдений уровень благосостояния домохозяйств военных пенсионеров улучшался. Об этом свидетельствует динамика среднего дохода на члена семьи бывшего военнослужащего в месяц. Следует отметить, что в 2015—2016 гг. происходило замедление темпов

роста среднемесячного дохода как гражданского населения, так и военных пенсионеров. Прежде всего это выразилось в уменьшении темпов роста заработной платы при сохранении инфляции.

За 2010—2017 гг. без учета инфляции ежемесячный средний доход на члена семьи военного пенсионера вырос с 14244 руб. до 33713 руб. (в 2,37 раза). Аналогичные данные по населению России в целом составляют, соответственно, 19253 и 31812 руб. и соответствуют росту среднего дохода на 65,2 %. То есть за последние восемь лет темпы роста доходов домохозяйств военных пенсионеров превышали среднестатистические по стране.

Пенсия составляет достаточно большую долю в бюджете российского военного пенсионера (см. рис. 1).

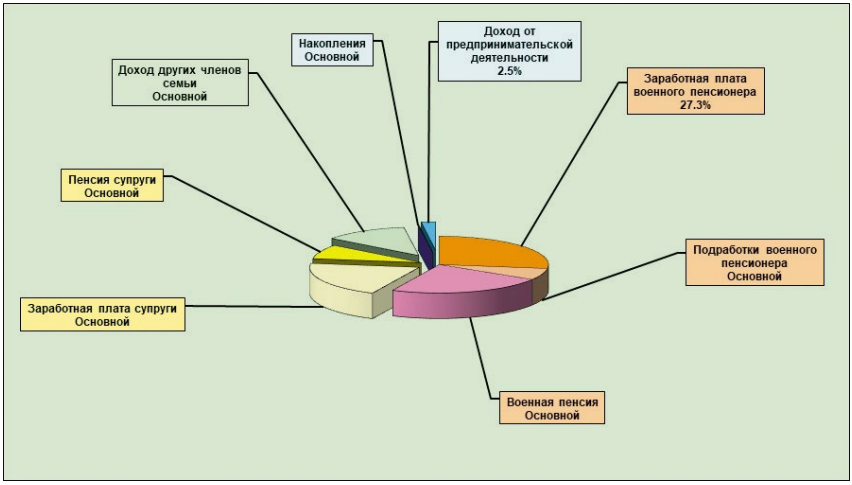


Рис. 1. Относительная структура приведенных ежемесячных доходов типичного домохозяйства военного пенсионера (поданным исследования в 2017 г., в %)

Уменьшение разрыва между среднемесячным доходом домохозяйств военных пенсионеров и среднедушевым доходом по России в 2011—2015 гг. объясняется резким увеличением в 2012 г. военных пенсий в 1,7—1,9 раза. За 2013 г. бывшие военнослужащие получили прибавку к своим пенсиям в размере 7,5 %, в 2014 г. — еще на 6,5 %, в 2015 г. — на 7,5 %. В последующие годы в связи с кризисными явлениями в экономике страны пенсии военным росли уже не так быстро. В 2017 г. прошла только одна индексация пенсии в феврале за счет увеличения на 2 %

понижающего коэффициента к денежному довольствию, и военные пенсионеры получили единоразовую выплату в размере 5000 руб. В настоящее время соотношение между средней военной и средней гражданской пенсией составляет 1,82 раза (см. рис. 2).

В 2017 г. средний размер военной пенсии составил 23558 руб. в месяц. Для сравнения: военная пенсия в США зависит от категории ветеранов и достигает: для женатых — 2054 долларов в месяц, для одиноких — 1732 долларов в месяц, для одиноких супругов бывших военнослужащих — 1113 долларов в месяц [Veteran…, 2018].

Распределение денежных доходов домохозяйств военных пенсионеров по равным децильным группам показывает, что в октябре 2017 г. на долю 10 % домохозяйств наиболее обеспеченных из них приходилось 25,6 % денежных доходов, а на долю 10 % наименее обеспеченных — 3 %. Разница в доходах между наиболее бедными и наиболее богатыми группами военных пенсионеров (коэффициент фондов) в октябре 2017 г. составила 8,5 раз (для сравнения: в 2007 г.— 8,2 раз, в 2002 г.— 7,3).

Наблюдается небольшой рост дифференциации по доходам домохозяйств военных пенсионеров. Следует отметить, что этот процесс идет в русле общероссийской тенденции, хотя в целом расслоение в среде военных пенсионеров менее выражено, чем среди гражданского населения страны. В целом по России, по данным Росстата, в 2017 г. значение коэффициента фондов равно 8,9 (рассчитано по [Распределение…, 2017]).

Сравнение уровня доходов различных групп военных пенсионеров также позволяет выявить определенную специфику. Так, за счет более высокой пенсии и возможностей последующего трудоустройства имеет место превышение уровня благосостояния домохозяйств находящихся на пенсии офицеров запаса над прапорщиками (мичманами) и последних, в свою очередь, над рядовыми и сержантами, проходившими военную службу по контракту. Аналогично, чем больше выслуга военного пенсионера, тем большую пенсию он имеет возможность получать, и, соответственно, тем выше доход домохозяйства.

Региональные различия в доходах домохозяйств военных пенсионеров проявляются в разнице заработных плат, районных коэффициентов и прожиточных минимумов. Более благополучным можно считать положение домохозяйств военных пенсионеров в тех федеральных округах, где соотношение среднедушевого дохода к прожиточному минимуму по региону превышает аналогичный региональный показатель. Наиболее благополучными в этом отношении можно назвать Приволжский феде-

ральный округ, где, несмотря на более низкий уровень заработной платы, за счет более низкого регионального прожиточного минимума достигаются в среднем приемлемые показатели благосостояния. Достаточно благополучны также Центральный и Южный федеральные округа. Неблагоприятно для военных пенсионеров проживание в Уральском (за счет северных районов) и Северо-Кавказском федеральных округах.

Список литературы

1. Федеральный закон от 27.05.1998 N 76-ФЗ (ред. от 01.07.2017, с изм. от 16.11.2017) «О статусе военнослужащих».
2. Постановление Правительства РФ от 27.02.1999 № 232 «Об организации ежегодного мониторинга социально — экономического и правового положения военнослужащих, граждан, уволенных с военной службы, и членов их семей».
3. Социально-экономическое положение России. Основные социально-экономические показатели Российской Федерации. М. : Росстат, 2010—2017.
4. Распределение денежных доходов домохозяйств. Таблицы // Росстат. 2017. URL: http://www.gks.ru/dbscripts/cbsd/dbinet.cgi (дата обращения: 15.03.2018).
5. Методические рекомендации для организации в Российской Федерации системы государственного наблюдения за социально-экономическим положением ветеранов-участников боевых действий. М. : АНО НИЦ «Наука-XXI», 2014.
6. Разработка предложений по улучшению социально-экономического положения граждан, уволенных с военной службы, членов их семей, инвалидов вследствие военной травмы и членов семей погибшего (умершего) военнослужащего в рамках ежегодного мониторинга социально-экономического и правового положения граждан, уволенных с военной службы, и членов их семей. Отчет по НИР. ООО «СОЛАР-Консалтинг», 2017, деп. в ЦИТиС, рег. № АААА-А16-116111000085-0 от 10.11.2017.
7. Veteran. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Veteran (дата обращения: 15.03.2018).

Т. Е. Серикова

ТЕХНОЛОГИЗАЦИЯ МЕДИЦИНСКОЙ СФЕРЫ КАК ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЕ ПРОСТРАНСТВО СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ НАУКИ

СЕРИКОВА Татьяна Евгеньевна — старший преподаватель кафедры социологии, Луганский национальный университет имени Владимира Даля, Луганск, Украина.
E-MAIL: tajako8@rambler.ru

Аннотация. В публикации рассматривается ряд тенденций и противоречий, возникающих в системе общественных отношений в результате широкого применения технологических инноваций в медицинской сфере. Заостряется внимание на локальности объектов интереса социологической науки в сфере медицины и здравоохранения в постсоветских государствах. Отстаивается позиция об усугубляющемся конфликте между формированием условий для здорового образа жизни и интересами медико-технологического комплекса, реализация которых напрямую зависит от поддержания старых и инициирования новых оснований для воспроизводства болезней. Помимо этого, все более отчетливой становится зависимость индивидов от многочисленных специализированных технологических устройств и программного оборудования привычных гаджетов, призванных обеспечить квалифицированную и оперативную самодиагностику. Также складывается инфраструктура, позволяющая увеличить степень и уровни индивидуальной и групповой «привязки» потенциальных пациентов к различным технологическим диагностическим процедурам. Последнее может осуществляться как вследствие проведения эффективных рекламно-пропагандистских кампаний, так и посредством расширения параметров правовой поддержки. Очевидные плюсы от постоянной диагностики и самодиагностики не должны снимать с повестки дня исследовательские задачи по выходу общественных отношений на реально здоровый этап развития.

Ключевые слова: медицинская сфера, здравоохранение, конфликт, противоречие, социологическая наука, технологические инновации, здоровый образ жизни, самодиагностика

Широкое внедрение передовых технологий в повседневную практику высвечивает если не все, то многие проблемы в любой сфере жизнедеятельности. Это справедливо также для сферы медицины и здравоохранения. В настоящее время кардинальным образом меняются методы диагностики, лечения и профилактики большинства заболеваний и, как следствие, организация оказания медицинской помощи в целом. Наряду с этим именно технологические прорывы в медицинской сфере уже формируют новые социальные реалии, выступая не только следствиями, но и первопричинами смены целого ряда привычных систем социальных отношений.

Именно социологическая наука призвана изучать и анализировать общественные процессы, на которые «накладываются» инновации в медицине, а также последствия, которые влечет за собой технологическая трансформация существующей медицинской практики и системы ее функционирования.

Однако мы вынуждены констатировать недостаток именно комплексного социологического анализа сложившейся и складывающейся ситуации в медицине в результате ее технологизации. Исследовательская база демонстрирует явную одностороннюю направленность исследований медицинской сферы. В основном их целями выступают изучение состояния здоровья и социального самочувствия различных слоев населения, людей, проживающих в отдельных регионах, самооценка здоровья, а также отношение граждан к здоровому образу жизни.

А между тем ситуацию все больше характеризуют отчетливые противоречия. С одной стороны, проявляются и всячески популяризируются автономизация, дистанцирование индивидов от традиционных диагностических процедур в результате возрастания технологических и информационно-коммуникационных возможностей для самодиагностики. С другой стороны, налицо усиление зависимости не только от многочисленных гаджетов, призванных сканировать самочувствие пользователей, но и от технологического ресурса стационарных медицинских лечебных учреждений. Дальнейшее усугубление зависимости от медико-технологического комплекса будет обуславливаться раскручиванием общей идеологии доверия к технодиагностике. Вряд ли можно рассчитывать на то, что разорвется единая связка между «медицинскими гаджетами», программными устройствами и прочими атрибутами технообщества и общей корпоративной системой медико-биологических институций.

Отсюда логически вытекает следующее традиционное противоречие. На одном полюсе — усиление значимости идей индивидуальной свободы, важности личностного выбора, самоопределения, а на другом — в жесткой увязке с декларациями о «свободе и независимости личности» увеличение степеней и зон «несвобод», в данном ключе определяемых и связанных с зависимостью от прямого использования технологических инноваций в медицинской сфере. Посредством прямого внедрения в тело человека приборов, осуществляющих контроль за работой организма, и/или косвенной «привязки» к целому комплексу постоянно совершенствующихся диагностических и лечебных процедур, манипуляций «сегодняшнее», а тем более «завтрашнее» общество все очевиднее формирует систему экономического, социального и психологического подчинения подавляющего большинства своих членов прежде всего медико-технологическим корпорациям.

В результате мы можем получить ситуацию, аналогичную эксплуатации бытовой, автомобильной или военной техники, когда человек не способен справляться самостоятельно с собственными проблемами соматического характера, будучи вынужден обязательно обращаться в медучреждения за техподдержкой, теперь уже в прямом значении данного слова. В таких условиях даже требования профилактики заболеваний в еще привычном для нас виде вполне могут трансформироваться опять-таки в преимущественно или сугубо технологическую профилактику отдельных составляющих организма человека. А здоровый образ жизни окончательно из стратегии поведения, позволяющей избавиться от медицинского обслуживания, станет разновидностью перезагрузки каких-то локальных или даже комплексных параметров в специализированных медицинских центрах.

Социологическую науку данные противоречивые тенденции ставят перед нелегким выбором. Социология продолжает позиционироваться как научная отрасль, способная разрабатывать сценарии развития социально справедливого мироустройства, предлагающая рекомендации по снижению амплитуды социальных конфликтов. В условиях реального экономического соперничества, включая и сверхприбыльный медицинский бизнес с его расширяющимся технокомплексом, социология призвана обращать внимание на возможные пагубные последствия данного процесса. На поверку же оказывается, что профессиональное социологическое сообщество не имеет никаких рычагов влияния, контроля и даже экспертных полномочий отслеживать, например, характер использования потенциала эмпирической социологии в тех же высокотехнологических системах диагностики.

Можно предположить, что все отчетливее будет усугубляться конфликт между направленностью на создание социальных условий, нивелирующих многие причины психосоматического характера, которые провоцируют и усугубляют болезни, и общественными порядками, воспроизводящими повышенную конфликтогенность, стрессовость, нагнетающими страхи и поддерживающими всевозможные фобии, что, в свою очередь, обеспечивает привычную ритмику инициирования и усугубления болезненных состояний.

Резюмируя, подчеркнем, что медицинская сфера остается в арьергарде профессионального интереса социологов во многих постсоветских государствах. Сегодня требуется намного более комплексно и целенаправленно изучать возможные кардинальные сдвиги во всей системе социальных связей и отношений, которые зарождаются и могут стать доминирующими по мере внедрения передовых технологий в медицину и здравоохранение. Речь идет о контурах социума, в котором большинство его членов смогут сознательно планировать собственный жизненной ресурс и характеристики здоровья.

Социологию почти неизбежно постараются использовать в программах по дальнейшей мифологизации привлекательности преимущественно технико-технологической составляющей медицинской сферы. По большому счету социологической науке целесообразно было бы пристальное внимание уделить изучению возможностей существования общества с минимальной зависимостью от медицинских корпораций. Однако до сих пор отсутствуют реальные проработки, позволяющие увидеть хотя бы призрачную перспективу реально здорового общества.

Политическая социология

М. Е. Родионова

МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ХОДЕ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ ВО ФРАНЦИИ В 2017 ГОДУ

РОДИОНОВА Марина Евгеньевна — кандидат социологических наук, доцент Департамента социологии, истории и философии, заместитель проректора по проектам, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия.
E-MAIL: M.Rodionova@mail.ru

Аннотация. Целью данной работы является систематизация технологий предвыборной стратегии избранного президента во Франции 2017 г., которые могут быть использованы в России. Невиданная ранее во Франции политическая комбинация раскрывается на основе анализа научных и аналитических материалов, в том числе ведущих российских консалтинговых компаний. В работе рассмотрены как технологические, так и маркетинговые и имиджевые приемы и проекты избирательной кампании Э. Макрона, включая использование специализированных IT-систем и мессенджеров, Big Data, робоколлов т. п. Отмечено, что сочетание последних тенденций в технологических приемах, основных и базовых элементов кампании, ключевых имиджевых проектов, выстраивание привлекательного имиджа кандидата в целом послужили основой продуманной целенаправленной грамотной политической инженерии, благодаря которой Макрон победил на выборах. Многие из предпринятых приемов и технологий неизбежно будут использоваться и в других странах.

Ключевые слова: технологические приемы, базовые элементы кампании, популистское направление, избирательный фонд, социальные сети, IT-системы и мессенджеры, робоколлы, имиджевая политика кандидата, медийная раскрутка, Big Data

Благодарность. Funded by the ERASMUS+ Programme of the European Union. Agreement number 2015-0860/014-001.

Выборы президента Франции оказались важными для всего мира. Развернувшаяся волна популистского направления, по мнению экспертов, стала угрозой не только для глобалистского проекта, но и для самой модели воспроизводства правящей элиты. Можно констатировать, что выборы президента Франции 2017 г. проходили в достаточно сложных условиях и в жесткой конкурентной борьбе, на фоне кризиса не только двух центристских партий — социалистов и «республиканцев» (о котором можно говорить как об очевидной эрозии биполярной партийно-политической системы и сложившихся предпосылках к ее переформатированию), но и на фоне длительного сбоя в механизме экономического роста страны и в связи с этим депрессивных настроений, чувства разочарования и неприятия политических элит со стороны граждан.

Наибольший интерес последней президентской кампании 2017 г. представляют именно технологические приемы, анализ и изучение которых позволят использовать их в российском контексте.

Среди технологических приемов выборов президента Франции выделяется следующий ряд рамочных условий проведения кампании [Технологические уроки…, 2017]: жесткие финансовые ограничения по размеру избирательного фонда, объемам и источникам финансирования; компенсация расходов кандидатам, набравшим более 5 %, а также вышедшим во второй тур; запрет на платную рекламу на ТВ и радио; требование равного доступа кандидатов в СМИ (как правило, не соблюдается); равенство доступа к площадям наружной рекламы; жесткие ограничения на обработку персональных данных граждан; ограничения по кампании «от двери к двери» — традиции неприкосновенности частной собственности.

При учете вышеприведенных параметров базовыми технологиями проведения кампании стали шествия и митинги, пикеты в местах массового скопления граждан; афишная кампания, личные встречи с избирателями, кампания «от двери к двери», выступления в СМИ.

Среди базовых элементов кампании будущего президента Франции выделяются [Технологические уроки…, 2017]:

— медийная раскрутка с использованием режима наибольшего благоприятствования в СМИ (вышло более 90 журналов с Э. Макроном на обложке всего за 26 недель перед первым туром выборов; обложки журналов были использованы как рекламный носитель);
— использование массового активизма в новорожденном «прогрессистском» движении «Вперед!» (предоставление любому желаю-

щему возможности стать кандидатом в парламент и на местных выборах от Э. Макрона — что интересно, большую часть составят женщины);
— вербовка активистов через интернет и полевую сеть;
— использование сайта кандидата для агитации, сбора пожертвований и вербовки волонтеров;
— активное использование социальных сетей (например, выкладывание по ходу проведения наиболее удачных для Э. Макрона моментов дебатов; оперативный запуск пятиминутного ролика с нарезкой лучших моментов и его продвижение в социальных сетях);
— робоколл (6 млн звонков избирателям, записанных и растиражированных);
— использование специализированных ИТ-систем и мессенджеров (Whatsapp, Telegram) для координации работы волонтеров;
— рассылку электронных писем по базе сторонников; хакерская атака на штаб Э. Макрона накануне выборов и успешное ее отражение укрепили образ победителя и технически продвинутого кандидата и его команды;
— использование Big Data для таргетирования кампании (интерес представляет территориальное сегментирование электората). Что касается ограничений на использование Big Data на выборах во Франции, то необходимо отметить их близость к российским: запрещено хранить и обрабатывать личные данные избирателей без их разрешения; финансовые ограничения не дают возможность использовать дорогие инструменты прицеливания. В целом следует учитывать близость российского и французского законов о защите персональных данных.

Среди ключевых имиджевых проектов Э. Макрона:
— модель «экономист-чудотворец» (серия статей и интервью об экономических подходах кандидата и его успехах в государственном и частном секторе; раскрутка образа финансового гения с заслуженно высокой заработной платой);
— серия личных встреч и коммуникаций с известными политиками за пределами Франции; проект «Кумир миллионов» (хотя можно говорить о недостаточно эффективной программе личных встреч: возникла проблема незаполняемости залов; быстрая переориентация и ставка на редкие и массовые встречи с отобранной аудиторией и режиссурой с трансляцией в медиа и через социальные сети);

— книга-программа «Революция» в качестве наглядной демонстрации наличия новой идеологии и нового подхода, изданная в ноябре 2016 г. — в самом начале избирательной кампании Макрона;
— «история любви» — раскрутка истории брака (в качестве «прививки» от обвинений в скрытом гомосексуализме).

Привлечение на свою сторону старших возрастных групп обеспечивалось будущему президенту как раз за счет правильной раскрутки «истории любви» с его школьной учительницей, которая старше Э. Макрона на 24 года. Вскоре после объявления о намерении Макрона баллотироваться в президенты Франции телеканал «France 3» выпустил документальный фильм, в котором отношения Э. Макрона с женой были показаны более детально. В интервью для этого канала Бриджит Макрон рассказала, что ее отношения с учеником стали более близкими в ходе адаптации итальянской пьесы «Искусство комедии», она была восхищена его незаурядным умом. Таким образом, одним из основных факторов, влияющих на восприятие кандидата в президенты, является созданный образ его супруги, это помимо личности самого политика и его действий, коммуникационного аспекта, психологических и социально-демографических и прочих характеристик. Одной из проблем избирательной кампании Макрона могло стать обвинение в принадлежности к сексуальным меньшинствам, но ответным ударом на раскрутку гей-темы стало моментальное реагирование команды Макрона и запуск новой серии интервью Бриджит Макрон.

Отдельное внимание хотелось бы уделить движению «Вперед!», созданному молодым министром экономики из окружения Ф. Олланда. Данный электоральный проект представляет собой яркий образец политического маркетинга, обеспечивший колоссальный успех своему кандидату. Проект, ставший настолько успешным, что всего за год собирает во втором туре голоса 66,1 % избирателей, и Макрон завоевывает президентский дворец. Возможно, в этом и был один из маркетинговых ходов Макрона — занять позицию «ни справа, ни слева», чтобы иметь возможность привлечь наиболее сильных политиков из обоих лагерей.

Также интересным представляется ход с переименованием проекта сразу после выборов во «Вперед, республика!», или «Республика на марше», что подчеркивает нацеленность на продолжение динамичного движения и обновление политики страны. Интересен факт, что новое название созвучно имени главной партии — «Республиканцы», и это мож-

но расценить как покушение на бренд, более того — на его поглощение [Рубинский, 2017].

Нельзя не отметить, что именно этим кандидатом в президенты Франции была проделана огромная работа над собой, он один из тех, кто сумел продемонстрировать широким массам очевидный прогресс в навыках коммуникации и самопрезентации в ходе кампании.

Энергия, молодость и прогрессистская социал-либеральная программа сделали Э. Макрона самым приемлемым кандидатом для всех избирателей. Нельзя не отметить также и ряд сыгравших на руку неожиданных обстоятельств, таких как дискредитация Ф. Фийона, победа радикального утописта Амона на праймериз социалистов и др. Последние теледебаты, прошедшие 3 мая 2017 г., констатировали убедительную победу Э. Макрона над Марин Ле Пен, которая предстала излишне агрессивной и выступление которой было наполнено ложными обвинениями и личными выпадами [Чихарев, 2017]. Но одновременно с этим нельзя не отметить поддержку подавляющим большинством элиты Макрона, что давало неограниченные возможности управления контекстом дебатов и их интерпретацией штабом.

Важным показателем является процент воздержавшихся на выборах, а также количество «белых» и недействительных бюллетеней, говорящих о том, что сторонники других кандидатов не захотели предоставить Э. Макрону слишком высокий уровень доверия (наподобие мобилизации сил во втором туре президентских выборов 2002 г., которая дала Ж. Шираку 82,2 %) [Рубинский, 2017].

Создание правильного образа и имиджа Э. Макрона в предвыборной кампании (включая как его личные качества, такие как спокойствие, умеренность, чуткость, умение аргументированно отстаивать свою точку зрения и обладание критическим мышлением, так и профессиональные характеристики — наличие административно-делового/финансового бэкграунда) совместно с грамотно разработанной и правильно предложенной экономической программой, а также значительной поддержкой со стороны элит обеспечили победу Э. Макрону.

Становятся очевидными заранее продуманная сильная предвыборная стратегия и невиданная ранее во Франции политическая комбинация. Проект «Макрон» стал результатом целенаправленной политической инженерии. Активное использование маркетинговых технологий, перехват повестки популистов кандидатом из элиты неизбежно будут использоваться и в других странах.

Список литературы

1. Рубинский Ю. Франция 2017: противостояние баловней и пасынков глобализации. URL: http://112.individ.ru/analytics-and-comments/analytics/frantsiya-2017-protivostoyanie-balovney-i-pasynkov-globalizatsii/ (дата обращения: 12.03.2018).
2. Технологические уроки выборов президента Франции для России. Сокращенная версия. Минченко Консалтинг / Minchenko Consulting. 2017, май. URL: http://www.minchenko.ru/netcat_files/userfiles/2/Dokumenty/Uroki_vyborov_prezidenta_Frantsii_dlya_Rossii.pdf (дата обращения: 12.03.2018).
3. Чихачев А. Время Макрона. URL: http://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/vremya-makrona/ (дата обращения: 12.03.2018).

Г. К. Уразалиева

ЦИФРОВАЯ ПАРТИЯ В ПОЛИТИЧЕСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ОПЫТ ПРЕЗИДЕНТСКОЙ КАМПАНИИ В РФ 2018 ГОДА

УРАЗАЛИЕВА Гульшат Кулумжановна — кандидат философских наук, доцент, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия.
E-MAIL: urazalieva@bk.ru

Аннотация. Целью исследования было раскрыть новые механизмы в использовании интернет-коммуникаций на примере президентской избирательной кампании в России в 2018 г. Задача состояла в том, чтобы описать сетевую демократию через использование в политическом процессе компьютерных технологий. Автор показывает, что система политико-коммуникативных технологий в российском интернет-пространстве активно расширяется и дополняется различными элементами на уровне сайтов институтов и органов власти, политических партий, многих акторов гражданского общества. Новым стало конструирование цифровой партии как основы продвижения цифровой демократии. Этот опыт реализован в избирательной кампании кандидата в президенты Ксении Собчак. Методом включенного наблюдения через личный кабинет на сайте и контент-анализа публикуемых материалов, пабликов в социальных сетях раскрыта эффективность данной практики для начинающего российского политика. К. Собчак использовала бизнес-стратегию продвижения персонального бренда и в создании цифровой партии на базе имеющихся ресурсов традиционной партии «Гражданская инициатива» (руководитель — А. Нечаев). За короткий срок была сформирована база лояльных подписчиков сайта, которые представляли все регионы России, из их числа рекрутировались волонтеры, активисты и работники избирательных штабов на местах. Лояльные посетители сайта приглашались на места сбора подписей за выдвижение К. Собчак в кандидаты президенты РФ. По мере продвижения избирательной кампании менялись контент сайта и девизы дня. Результатом создания первой цифровой, сетевой партии в России стало четвертое место среди всех восьми кандидатов и первое — в числе несистемной оппозиции. Самый молодой кандидат на эту должность (36 лет) оказалась пионером в деле внедрения новых моделей интернет-коммуникаций в РФ. Сайт стал точкой сборки всей избирательной кампании, ежедневная творческая инициатива зареги-

стрированных пользователей на площадке сайта К. Собчак легла в основу ее политической программы «Трудные 123 дела».

Ключевые слова: политическое пространство, интернет-коммуникация, цифровая демократия, сетевая партия, цифровая партия

В электоральный процесс во многих странах мира все более глубоко внедряются интернет-коммуникации. Цифровая демократия стала новой реальностью. Электронное правительство в разной степени вводится в повседневную практику и на Западе, и в России. США стали первой страной, где на президентских выборах кандидат использовал интернет-технологии и добился победы (Барак Обама в 2008 г.). Вот что пишет М. Кастельс о новом беспрецедентном кандидате в президенты США: «Это будет фокусом моего анализа: как и почему молодой политик — афроамериканец с мусульманской фамилией и кенийским происхождением, с одной из самых левоориентированных историй голосования в Сенате, без значительной поддержки со стороны руководства Демократической партии, который явно отказался от финансовой поддержки вашингтонского лобби, — оказался в состоянии обеспечить выдвижение от Демократической партии на пост президента США со значительным отрывом?.. И он смог сделать это благодаря сочетанию своей личной харизмы, нового типа политического дискурса, а также инновационных стратегий избирательной кампании, которые переместили проверенные временем принципы организации общин в Америке в специфику интернет-среды… Обама успешно освоил правила схватки, которые получили название «первой сетевой кампании» [Palmer, 2008][1]. Именно в силу этих особенностей кампания Обамы представляет собой парадигмальный случай повстанческой политики в эпоху Интернета» [Кастельс, 2016: 401].

Попытка использования американского опыта в России была предпринята бизнесменом Михаилом Прохоровым во время президентской избирательной кампании в РФ в 2012 г. Он собирался создать первую сетевую партию в России, которая объединила бы лидеров общественного мнения, работающих через интернет, для внедрения сетевой (дигитальной) демократии [Невская, 2012].

[1] Palmer Sh. Obama vs. McCain: the first networked campaign. 2008. Huffington Post. URL: http://www.huffingtonpost.com/shellypalmer/obama-vs-mccain-the-fir_b_105993.html (дата обращения: 25.03.2018).

Вторым результативным шагом в использовании интернет-технологий стала избирательная кампания кандидата в президенты США Дональда Трампа в 2016 г. Эксперты отметили эффективную работу Cambridge Analytica, приглашенную в избирательную кампанию Трампа и применившую три подхода — психологический поведенческий анализ, основанный на «модели океана», изучение Big Data и таргетированная реклама в социальной сети Facebook. Речь идет о персонализированной рекламе, которая максимально близко подстраивается под характер отдельного потребителя [Расследование Das Magazin, 2016].

В политическое поле РФ уже внедрены различные элементы сетевой демократии на уровне сайтов у различных институтов и органов власти, политических партий, многих акторов гражданского общества. В президентской избирательной кампании 2018 г. наряду с существующими технологиями в интернете впервые появилась модель работающей цифровой партии. Ее создала Ксения Собчак по образцу сайта для инфобизнеса на платформе, похожей на JustClick. На сайте у каждого зарегистрированного пользователя есть свой личный кабинет. Я, намереваясь использовать метод включенного наблюдения, зарегистрировалась 26 октября 2017 г. С тех пор имела возможность наблюдать избирательную кампанию изнутри в режиме реального времени, имея круглосуточный доступ в личный кабинет, который позволял видеть все новшества, отслеживать весь процесс заполнения сайта. Это многочисленный контент сайта, дублируемый и на других интернет-площадках: видеоролики на YouTube (220000 подписчиков), в Instagram (5,5 млн подписчиков), во всех других соцсетях — «ВКонтакте», Facebook, «Одноклассники», и на персональном канале в мессенджере Telegram. Вся избирательная кампания была разбита на три этапа: 1) К. Собчак — кандидат против всех. 2) За Собчак. За молодость. 3) После выборов.

Кампания постоянно сопровождалась видеозаписями встреч, выступлений во время поездок по регионам, закулисья на телепередачах центральных телевизионных каналов, которые велись профессиональными операторами. Сайт как единая точка сборки всех потенциальных избирателей, а в перспективе и членов новой партии Собчак, стал местом политического участия, формирования политического мышления и творчества сторонников. На сайте есть карта с геолокацией каждого пользователя, где я вижу, что на моей улице отмечены еще четыре человека, и так по всей России и в других странах. Также публикуется общее количество граждан по всем регионам России с именами зарегистриро-

ванных сторонников. С первого дня регистрации на сайте я была в числе 4 тысяч пользователей. Сейчас на сайте 140201 человек среди тех, кто подписался за выдвижение Собчак в кандидаты в президенты РФ.

На сайте проводились акции:

1. Внесение предложений по развитию сайта.
2. Написание формулировок, против чего в России каждый выступает. Этот контент частично вошел в авторскую политическую платформу Ксении Собчак «123 трудных шага».
3. Добровольный сбор персональных данных — предоставление своего домашнего адреса, мобильного телефона.
4. Предоставление имен и номеров телефонов своих друзей по стране, кто мог бы подписаться за выдвижение К. Собчак в качестве кандидата.
5. Регулярная имейл рассылка во время кампании. Я получила 20 писем с актуальной информацией о проведении различных акций в Москве, персональными заданиями на сайте.
6. Регулярные смс-рассылки, в том числе записанные голосом самой К. Собчак, с приглашением на встречи в Москве.
7. Символическое награждение в виде звездочек за выполнение всех заданий на сайте.
8. Приглашение оказать финансовую помощь избирательной кампании, где были указаны все банковские реквизиты.

Вот, например, письмо К. Собчак о новом инструменте: «Мы запустили краудфандинговую площадку — Банк идей. В нашей стране живут миллионы талантливых и креативных людей. Я уверена, что и у вас есть что предложить мне. Дайте совет кандидату в президенты. Все идеи рассматриваются, публикуются, их можно комментировать и голосовать за них лайками. Не стесняйтесь, предлагайте. Высказывайтесь, обсуждайте, голосуйте. Лучшие идеи реализуем, а их авторов отметим» [Собчак, 2018]. Эта символическая плата напоминала игры, в которые играют взрослые (по Э. Берну). В целом опыт наблюдения показал, что для пользователей сайта пребывание на этом ресурсе дает возможность виртуальной политической активности, которая сфокусирована на реальное поведение, а именно — голосование на выборах за К. Собчак. Для самого кандидата в президенты сайт стал виртуальным ресурсом для создания в будущем своей партии — она вырастет из цифровой, уже существующей на сайте. На заключительном этапе предвыборной кампании пользователей пригласили войти в «Партию перемен», чтобы вместе создавать новую демократическую Россию.

Список литературы

1. Кастельс М. Власть коммуникации / пер. с анг. Н. М. Тылевич ; под науч. Ред. А. И. Черных ; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2016. 564 с.
2. Невская А. «Сетевая демократия» или политика средствами Интернета. 2012. URL: http://mihail-prokhorov.ru/mnenie/487-mnenie.html (дата обращения: 05.04.2018).
3. Собчак К. А. Официальный сайт. URL: https://sobchakprotivvseh.ru/ (дата обращения: 05.04.2018).
4. Расследование Das Magazin: как Big Data и пара ученых обеспечили победу Трампу и Brexit. 2016. URL: http://theins.ru/politika/38490 (дата обращения: 05.04.2018).

Н. А. Рябченко, О. П. Малышева

УПРАВЛЕНИЕ ПОЛИТИЧЕСКИМ КОНТЕНТОМ: СЕМАНТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ТЕГОВ И ХЭШТЕГОВ

РЯБЧЕНКО Наталья Анатольевна — кандидат политических наук, доцент кафедры социальной работы, психологии и педагогики высшего образования, Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия.
E-MAIL: rrrnatali@mail.ru
ORCID: 0000-0001-6980-2894

МАЛЫШЕВА Ольга Петровна — кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры английской филологии, Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия.
E-MAIL: malisheva_83@mail.ru
ORCID: 0000-0001-8285-0508

Аннотация. Становление онлайн-пространства как социально-политической действительности и усиление конструктивного и деструктивного потенциала воздействия политического контента, продуцируемого пользователями онлайн-пространства, на деятельность и коммуникации граждан, сетевые структуры и сообщества, социальные институты и органы власти как в онлайн-, так и в офлайн-пространстве ставят перед исследователями из разных областей научного знания (политологии, лингвистики, социологии) задачи по анализу формирования и прогнозированию влияния политического контента на институты политической власти и деятельность акторов в публичной политике. Продуцируя, передавая и потребляя контент, пользователи опосредованно или намеренно совершают социальные действия, которые влияют на социально-политические процессы. Развитие сетевого общества и становление нового типа политической культуры — политики постправды — приводит к тому, что на смену таким категориям мировосприятия, как «факт» — «миф», приходит понятийно-категориальный аппарат, функционирующий в рамках диады «факт» — «альтернативный факт». Необходимо исследовать влияние политического контента на социальное пространство. Теги и хэштеги — неотъемлемая часть системы управления политическим контентом, их анализ должен осуществляться путем применения семантического анализа: посредством фолксономического анализа в частности. Фолксономический анализ — методика анализа практик совместной

категоризации создаваемого, воспроизводимого и потребляемого контента (тексты, медиатексты, страницы сайтов, ссылки, посты в блогах, изображения, аудиозаписи, фото, видеоклипы и т. п.) пользователями в онлайн-пространстве посредством произвольно выбираемых меток, называемых тегами и хэштегами. Фолксономический анализ позволяет выделять структурные и качественные характеристики политического контента в онлайн-пространстве. Интерпретация результатов фолксономического анализа позволит создать матрицу дискурсивных и содержательных смыслов медиаэкосистемы онлайн-пространства.

Ключевые слова: политический контент, хэштег, сетевые данные, социальные сети, постправда, семантический анализ, фолксономия

Благодарность. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (Отделение гуманитарных и общественных наук) в рамках научного проекта № 18-011-00910 «Модели и практики управления политическим контентом в онлайн-пространстве современных государств в эпоху постправды» (2018—2020 гг., рук. Н. А. Рябченко).

В 2017 г. количество людей во всем мире, активно использующих социальные сети, превысило отметку в 3,5 млрд (текущая оценка населения Земли по состоянию на апрель 2017 г. составляет 7,5 млрд [Internet Live Stats, 2018]). Все эти люди генерируют сотни тысяч сообщений, содержащих различную информацию, и постоянно нуждаются в потреблении чужого, не созданного ими контента, что неизбежно приводит к трансформации многих социально-политических процессов, изменяющих способы коммуникации и воспроизводящих новые социальные практики, работающие на увеличение конструктивного потенциала информационно-коммуникационных технологий [Ryabchenko, Malysheva, 2017]. Трансформации информационно-коммуникационных технологий в рамках развития политической культуры «политика постправды», предоставляя практически безграничные возможности формирования политического контента, определяют основной вектор общественного роста ввиду возникновения таких механизмов сдерживания/направления публичного дискурса, как, например, фейковые новости и «пузырь фильтров» [Чугров, 2017]. Пользователи онлайн-пространства, производя и потребляя политический контент, создают новые лингвистические единицы публичного дискурса — хэштеги, понимающиеся как цифровые ико-

нические символьные знаки, которые в сочетании с ключевыми словами обладают прагматическим потенциалом и направлены на обеспечение желаемого воздействия на реципиента.

Важность анализа хэштегов заключается не только в том, что они способны объединять сообщения по схожей тематике, но и в том, что они дают возможность исследователям социальных сетей и всего онлайн-пространства в целом изучать опосредованный субъект, образованный посредством фолксономии, проводимой пользователями онлайн-пространства. Фолксономия — часть семантического анализа, понимаемого как практика совместной классификации пользователями онлайн-пространства тем информационных объектов посредством тегов или хэштегов (теги — текстовые метки, логически связываются с классифицируемым информационным объектом) [Bell, 2009].

В данной статье мы провели анализ тематического облака «фейковые новости». Задавая хэштег #fakenews на сайте hashtagify.me, мы получили данные по тематическом облаку (см. рис. 1), которые представляют из себя его опосредованное определение пользователями Twitter, и проанализировали их.

Рис. 1. Топ-10 хэштегов, связанных с #fakenews

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что пользователи Twitter опосредованно определяют тематическое облако «фейковые новости» через облачные компоненты «MAGA», «Trump», «CNN», «MSM», «Russia», «media», «AmericanPravda», «PizzaGate», «CNNBlackmail», «tcot».

«MAGA» — политический неологизм, созданный и распространявшийся в виде хэштега штабом Д. Трампа во время предвыборной кампании 2016 г. Он обозначал призыв к возрождению бывшего величия Америки — «Make America Great Again». «Trump» — это официальный

хэштег, которым маркировался весь контент, связанный с предвыборной кампанией Дональда Трампа. «CNN» — официальный хэштег новостного спутникового канала «Cable News Network» компании «Turner Broadcasting System». «MSM» (Mainstream media) — хэштег, обозначающий различные массмедиа, которые оказывают влияние на большие группы людей. Этот хэштег отражает и формирует доминирующие мнения в информационно-новостном поле не только онлайн-пространства, но и офлайн. «AmericanPravda» — это политический неологизм, который был создан Джеймсом О'Кифом для обозначения публикуемых им материалов, содержащих обличающую демократов информацию. «PizzaGate» — политический неологизм, аллюзия на Уотергейтский скандал, в связи с конспирологической теорией ассоциируется с педофилией в бывшей администрации президента Барака Обамы (посредством хэштега #DrainTheSwamp) и #WikiLeaks. «CNNBlackmail» — хэштег, который соотносится с историей о видеомеме, появившемся в социальной сети «Reddit», где показывается, как президент Д. Трамп наказывает CNN за предполагаемое распространение фейковых новостей. «Tcot» — популярный хэштег-акроним, обозначающий «топовые консерваторы в Твиттер» — Top Conservatives on Twitter. Цель этого хэштега — помочь пользователям с консервативными взглядами найти единомышленников в онлайн-пространстве.

В состав подобных облаков могут входить лингвистические единицы, объединенные общей тематикой, эмоциональной окраской и многослойностью/ многовекторностью значения. Анализ облаков хэштегов с точки зрения лингвистики необходим для выявления ядра мировоззренческих позиций во всем их многообразии и многослойности смыслов, так как отдельный хэштег может трактоваться многозначно, а порой двусмысленно. Облако хэштегов представляет собой многослойный и многовекторный конструкт, непредвзято определяющий понятие, выраженное родительским хэштегом, и является действительным отражением социально-политической реальности.

Список литературы

1. Чугров С. В. Post-truth: трансформация политической реальности или саморазрушение либеральной демократии? // Полис. Политические исследования. 2017. № 2. С. 42—59.
2. Bell M. Playing Tag Is Good for You. *MultiMedia & Internet@Schools*. 2009. Vol. 16 (5). P. 40—42.

3. Internet Live Stats — Internet Usage & Social Media Statistics. URL: http://www.internetlivestats.com (дата обращения: 26.03.2018).
4. Ryabchenko N. A., Malysheva O. P. How to become a president: Election technologies in the post-truth and fake news Era. *Man in India: journal*. 2017. Vol. 97 (26). P. 507—527.

М. В. Николаева, Ю. А. Романова

ПРЕЗИДЕНТСКАЯ ПРЕДВЫБОРНАЯ КАМПАНИЯ 2018 ГОДА: ФОЛКСОНОМИЯ И АНАЛИЗ КОММЕНТАРИЕВ ЭЛЕКТОРАТА В ОНЛАЙН-ПРОСТРАНСТВЕ

НИКОЛАЕВА Мария Витальевна — аспирант, Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия.
E-MAIL: masha_pershina93@mail.ru

РОМАНОВА Юлия Алексеевна — магистр, Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия.
E-MAIL: jularom@mail.ru

Аннотация. Данное исследование позволяет расширить научные представления об электоральном поведении. Двусторонняя онлайн-коммуникация продуцирует социальное действие со стороны избирателей. Методом контент-анализа было изучено электоральное поведение избирателей в социальных сетях — их обратная связь в виде комментария или публикации с хэштегом. Интерпретируя полученные результаты, авторы выявили ключевые типажи избирателей. Процесс формирования информационно-новостного поля предвыборной кампании кандидатов в президенты России 2018 г. был изучен при помощи метода фолксономии.

Ключевые слова: электоральное поведение, политическая онлайн-коммуникация, социальное действие, фолксономия, контент-анализ, избирательный процесс

Практическая значимость исследования заключается в том, что анализ электорального поведения граждан в онлайн-пространстве социальных сетей Instagram, Facebook, Twitter, «ВКонтакте» в период выборов президента РФ 2018 г. лег в основу классификации типажей избирателей, предложенной авторами работы. Данная модель может быть использована для построения эффективной политической коммуникации. Проведенное исследование показывает, что метод контент-анализа в онлайн-пространстве может быть применим не только при рассмотрении социального действия электорального поведения, но и при изучении политической повестки дня, формируемой самими пользователями со-

циальных сетей. С помощью метода фолксономии — нового инструмента реализации социального действия — был произведен анализ популярных предвыборных хэштегов кандидата и количества их упоминаний в социальных сетях.

Временной период, анализируемый в исследовании, берет начало со старта избирательной кампании президента РФ и заканчивается на предвыборных дебатах кандидатов. Это обусловлено тем, что процедура дебатов представляет собой сильный информационный повод и ведет к обилию комментариев- обсуждений, что могло бы нарушить объективность исследования.

Таким образом, электоральное поведение граждан в онлайн-пространстве было проанализировано относительно первых четырех позиций рейтинга кандидатов, опубликованных ВЦИОМ в начале февраля 2018 г. Так, согласно рейтингу кандидатов, опубликованному ВЦИОМ в начале февраля 2018 года, если бы выборы проходили в ближайший воскресный день, то голоса избирателей были бы распределены следующим образом: В. В. Путин — 71,5 %, П. А. Грудинин — 7,3 %, В. В. Жириновский — 5,5 %, К. А. Собчак — 1,0 %, С. Н. Бабурин — 0,5 %, Б. Ю. Титов — 0,2 %, М. А. Сурайкин — 0,1 % [ВЦИОМ, 2018].

Результативность предвыборной кампании напрямую зависит от эффективности социального действия акторов политической коммуникации в онлайн-пространстве. Методом контент-анализа были выявлены смысловые доминанты, характеризирующие личность и избирательную политику кандидатов в социальных сетях. Единицы анализа определены в комментариях пользователей социальных сетей и в публикациях с хэштегами.

В ответ на политическую онлайн-коммуникацию, проводимую кандидатом в рамках предвыборной кампании, формируются ключевые типажи его потенциальных избирателей. У кандидата в президенты РФ В. В. Путина самыми характерными типажами являются «аналитики», «ретроспекты», «мультипоклонники», «критики». Анализируя совокупность хэштегов по кандидату, занявшему первую рейтинговую строку, можно сказать, что наибольший охват публикаций в поддержку действующего президента Путина приходится на хэштег созданного в конце ноября 2017 г. неформального движения Putinteam. Исходя из анализа социальных сетей методом фолкосномии, обеспечивающим поиск информационных объектов среди политической повестки дня, формируемой кандидатом в президенты В. В. Путиным, можно сделать вывод, что полно-

ценная двусторонняя коммуникация отсутствует. Монологичный характер публикаций, исходящий от кандидата, лишь информирует пользователей о проведенных мероприятиях, что еще раз подчеркивает фактическое отсутствие предвыборной кампании.

У П. Н. Грудинина потенциальными избирателями могут быть «призывники», «кейсы», «фокусники», «работяги». Предвыборная кампания кандидата от партии КПРФ в сети Instagram отличается большим количеством публикаций провокационного характера, контент которых посвящен «информационной войне против Павла Грудинина». Политический ландшафт П. Н. Грудинина в онлайн-пространстве основан на горизонтальном взаимодействии информационных объектов, представляющих и отражающих компоненты региональной политики. Публичные группы и страницы распределены по региональному признаку, из них наиболее активно поддерживающие кандидатуру П. Н. Грудинина — представители групп, сформированных в Астрахани, Тюмени, Перми и Кирове.

Список избирателей В. В. Жириновского определяют следующие ключевые типажи: «агрессоры», «диванные политики» и «Соколы Жириновского». Отличительной чертой публикаций электората данного кандидата является увязка их с конкретными мероприятиями предвыборной программы кандидата и соответствующим тематическим хэштегом. Неслучайно в контент-анализе по данному претенденту можно было встретить следующие смысловые единицы: пельмени от Жириновского, возложение, агитпоезд, печет блины, подарок, митинг-концерт. Анализ социальных сетей показывает, что наибольшее количество публичных групп и страниц как раз среди тех, что позиционирует себя от лица В. В. Жириновского или ЛДПР (самые многочисленные — «Владимир Жириновский» и «Партия ЛДПР»). В названиях публикаций присутствуют такие теги, как «мем», «дед», «батя», «старик», «рулит». Подобный жаргонный аппарат зачастую используется молодежными организациями, а именно «Соколами Жириновского», которые активно взаимодействуют в социальных сетях с молодежной аудиторией.

Типажи у самого молодого кандидата в президенты К. А. Собчак: «сталкеры», «иллюстраторы», «против всех» и «новые демократы». Анализ публикаций К. А. Собчак показал высокую активность ее электората в выражении собственного мнения о кандидате в отдельном информационном посте личного аккаунта. Фолкосномия информационных объектов, представленных на страницах и в группе «кандидата против всех», выглядит следующим образом: «лицемерие», «цирк» носят отрицательную

окраску, что в совокупности ярко характеризует прошлый образ телеведущей и журналиста. «Немцов», «Америка», «против», «права» — наиболее выраженные хэштеги, которые используются не как информационные объекты, а как оценочные «приставки» к публикациям и сообщениям, исходящим от пользователей социальных сетей, обсуждающих предвыборные действия К. А. Собчак.

Таким образом, мы можем сделать вывод, что в ответ на политическую онлайн-коммуникацию, проводимую кандидатом в своей предвыборной кампании, формируются ключевые типажи его потенциальных избирателей. Несмотря на особенности коммуникации, которая возникает между кандидатом и избирателями в онлайн-пространстве, существуют свои закономерности, выявленные в результате проведенного нами анализа. Исследуя социальные сети «ВКонтакте», Facebook, Twitter, мы видим, как формируется информационно-новостное поле, которое в большинстве случаев является основной площадкой для совершения социального действия пользователями социальных сетей. Теги и хэштеги коррелируют с предвыборной программой кандидатов, а также придают оценочную характеристику их деятельности и публичной политике.

Список литературы

ВЦИОМ. Выборы президента России — 2018: за месяц до дня голосования. URL: https://2018.wciom.ru/index.php?id=1242&uid=8940 (дата обращения: 12.03.2018).

Р.А. Сабина

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ ПОДХОД К ИЗМЕРЕНИЮ СТАБИЛЬНОСТИ ПОЛИТИЧЕСКОГО РЕЖИМА

САБИНА Родион Андреевич — магистрант программы «Экономическая политология», студент, Институт государственной службы и управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Москва, Россия.
E-MAIL: rasabina@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7432-6842

Аннотация. Представленные тезисы описывают авторский подход к измерению стабильности политического режима при помощи социологического подхода как пример использования опросов при электоральном прогнозировании в рамках секции «Прогнозы из опросов — что работает? (электоральное прогнозирование)» VIII Грушинской социологической конференции. Стабильность политического режима рассматривается как сумма компонентов легитимности, эффективности и результативности, поддающихся количественной оценке при помощи социологических опросов населения. Предпринята попытка соотнести упомянутые характеристики стабильности с конкретными опросами общественного мнения, выведена формула измерения стабильности политического режима, с помощью которой была проанализирована стабильность политического режима Российской Федерации.

Ключевые слова: политический режим, стабильность, социологический опрос, легитимность, эффективность, результативность

Стабильность политического режима является важнейшей характеристикой не только политического режима, но и социального порядка в целом. В условиях стабильности политический режим способен достигать поставленных целей, а также управлять обществом с наибольшей эффективностью и результативностью. Следовательно, проблема измерения стабильности политического режима всегда актуальна, а кроме того нетривиальна из-за сложности оценки и учета всех компонентов, входящих в состав стабильности. В статье делается попытка измерения стабильности политического режима при помощи социологического подхода на примере Российской Федерации.

Политическая система, по Д. Истону, стабильна тогда, когда количество «требований» к системе равно количеству «поддержки», оказываемой конкретной политической системе, что следует из схемы политической системы [Комаровский и др., 2017] (см. рис. 1).

Рис. 1. Политическая система по Д. Истону

«Требования» понимаются как выражение правомерности и/или справедливости решений власти, связанных с распределением общественных благ и ресурсов. «Поддержка» — это выражение лояльности или легитимация политической системы путем отношения членов общества к власти. Если количество «требований» становится больше, чем количество «поддержки», система перестает быть стабильной.

Однако в целом концепция политической стабильности слишком абстрактна, чтобы использовать ее в эмпирических целях. Менее абстрактной представляется стабильность политического режима.

Понимая политический режим в неоинституциональной парадигме как набор формальных и неформальных институтов, которые определяют поведение политических акторов, можно вслед за К. Эйком [Ake, 1975] определить стабильность политического режима как регулярность передачи (самовоспроизведение) режимных институтов. Или, другими словами, сохранение текущего политического режима вне зависимости от очередного правительства. При этом необходимо учитывать, что «создание, воспроизводство и обновление существующих ныне институциональных политических структур, характер, динамика этого процесса зависят от ряда факторов: от активности индивидуальных и групповых субъектов, которые функционально «обслуживают» эти макроструктуры — тех, кого относят к «политической элите» или к «политическому классу»; от весьма активных лоббирующих группировок, которые в ряде случаев

не только влияют на власть, но и зачастую есть сама власть; от более или менее систематической, перманентно повторяющейся активности граждан, проявляемой, в частности, в ходе избирательных кампаний» [Ильичева, 2013].

Если вернуться к понятиям политической системы «требования» и «поддержка», то окажется, что они коррелируют с режимными понятиями «легитимность», «эффективность» (effectiveness) и «результативность» (efficacy). Например, по С. М. Липсету, разница между эффективностью и результативностью состоит в том, что «под эффективностью понимается такое свойство политической системы, степень удовлетворения базового функционала правительства по определенные ожидания большинства членов общества, и ожидания властных групп, которые могу угрожать системе, например, армии. Легитимность включает в себя способность политической системы порождать и поддерживать убеждение в том, что существующие политические институты являются наиболее подходящими или правильными для общества» [Lipset, 1959]. А Х. Линц дает следующие определения:

— «Легитимность основана на вере, что в конкретной стране в конкретный исторический (период), никакой другой тип режима не мог возникнуть, который бы более успешно решал коллективные задачи».
— «Эффективность — способность фактически осуществлять сформулированную политику с желаемыми результатами».
— «Результативность — способность режима находить решения основным проблемам, возникающим перед любой политической системой, которая воспринимается гражданами как более удовлетворительная, чем неудовлетворительная» [Linz, 1978].

Такие характеристики общества, как «убежденность», «восприятие», «понимание», «вера», «удовлетворенность», «ожидания» из представленных выше определений, можно измерить при помощи социологических опросов. В то время как выборы проходят слишком редко, чтобы проследить изменение стабильности в динамике, например, ВЦИОМ проводит опросы населения по этим направлениям каждый квартал. Конкретно имеются в виду индекс социального самочувствия («Насколько Вы согласны с тем, что дела в стране идут в правильном направлении?») [ВЦИОМ. Индексы…, 2018] и опросы по одобрению деятельности президента и правительства [ВЦИОМ. Деятельность…, 2018].

Если оставить за скобками влияние на стабильность политического режима внешних факторов (например, иностранных государств) и та-

ких специфических внутренних факторов, как элитное взаимодействие, то стабильность политического режима предстает средним арифметическим трех «линцевских» компонентов: легитимность, эффективность, результативность.

Легитимность может быть измерена как публичная поддержка власти (президента), а значит, может быть легко измерена количественно. Следующие характеристики поддаются количественному измерению труднее: эффективность (effectiveness) — как способность осуществлять политику с желаемыми результатами, а результативность (efficacy) — как способность находить решение важных проблем. Однако можно предположить, что общественное мнение по поводу общего движения дел в государстве отражает эффективность, т. е. достижение постулированных общественно значимых целей, а общественное одобрение деятельности правительства отражает результативность проводимой политики. Соответствие социологических опросов с режимными характеристиками приводится в таблице 1.

Таблица 1. ***Соответствие опросов режимным характеристикам***

Опрос	Характеристика
Опрос «Одобрение деятельности Президента России»	Легитимность
Индекс социального самочувствия	Эффективность (effectiveness)
Опрос «Одобрение деятельности Правительства России»	Результативность (efficacy)

Стабильность предлагается также измерять по шкале от 0 до 100, как и измеряются упоминаемые выше опросы. Соответственно формула оценки стабильности будет выглядеть следующим образом:

$$\text{Стабильность} = \frac{\text{Легитимность} + \text{Эффективность} + \text{Результативность}}{3}$$

Используя данные опросов, проводимых ВЦИОМ, можно измерить стабильность политического режима Российской Федерации по предложенной методологии. Результаты исследований представлены в таблице 2.

Таблица 2. ***Стабильность политического режима Российской Федерации***

III кв./ Опрос	Индекс социального самочувствия	Одобрение деятельности Президента России, %	Одобрение деятельности Правительства России, %	Стабильность
2006	39	78,5	42,2	53
2007	46	81,3	40,5	56
2008	57	71,7	53,7	61
2011	38	61,6	46,4	49
2012	51	63,6	50,8	55
2013	52	62,7	47,4	54
2014	78	87	67,1	77
2015	72	86,6	65,5	75
2016	57	79,7	54,8	64
2017	63	83,5	58	68

Судя по данным таблицы, наименьшая стабильность может быть зафиксирована в III кв. 2011 г., как раз накануне протестного движения, начавшегося после выборов в Государственную думу VI созыва 4 декабря 2011 г. В то же время, наибольшая стабильность отмечается в III кв. 2014 года, после присоединения Крыма к Российской Федерации. Другими словами, результаты расчета стабильности по предложенной формуле отражают реальное положение дел, однако не претендуют на то, что использован окончательный вариант формулы по расчету стабильности — в силу исключения некоторых компонентов, трудноизмеримых количественно.

Список литературы

1. ВЦИОМ. Деятельность государственных институтов. 2018. URL: https://wciom.ru/news/ratings/odobrenie_deyatelnosti_gosudarstvennyx_institutov (дата обращения 18.03.2018).
2. ВЦИОМ. Индексы социального самочувствия. 2018. URL: https://wciom.ru/news/ratings/indeksy_socialnogo_samochuvstviya (дата обращения: 18.03.2018).
3. Ильичева Л.Е. Основные проблемы институциональных преобразований России // Ученые записки российского государственного социального университета. 2013. Т. 1. № 4 (117). С. 12—15.

4. Комаровский В. С. [и др.] Политология / под ред. В. С. Комаровского. 3-е изд., перераб. и доп. М. : Издательство Юрайт, 2017.
5. Claude Ake. A Definition of Political Stability. *Comparative Politics*. 1975. No. 2.
6. Linz J. The Breakdown of Democratic Regimes: Crisis, Breakdown and Reequilibration. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press. 1978.
7. Lipset M. S. Some Social Requisites of Democracy: Economic Development and Political Legitimacy. *American Political Science*. 1959. Review 53.

М. Г. Мацкевич

РОЛЬ ИСТОРИЧЕСКОЙ ПАМЯТИ О РЕВОЛЮЦИИ 1917 г. В ФОРМИРОВАНИИ ОТНОШЕНИЯ К ПОНЯТИЮ «РЕВОЛЮЦИЯ» В ПОСТСОВЕТСКИХ СТРАНАХ

МАЦКЕВИЧ Мария Георгиевна — кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Социологический институт РАН — филиал Федерального научного социологического центра РАН, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: mmatskevich@yandex.ru
ORCID: 0000-0003-1310-3466

Аннотация. Столетие революции 1917 г. прошло в большинстве стран бывшего СССР без ярких публичных событий и масштабных общегосударственных мероприятий. Неиспользование ресурса юбилея не только властными институтами, но и другими акторами может объясняться и конкретными политическими обстоятельствами, и долгосрочными тенденциями общественного сознания. Отношение к революции, как и к другим событиям советского прошлого, определяется как политикой памяти, так и актуальными событиями и процессами. На постсоветском пространстве присутствуют разные типы отношения к Октябрьской революции и к понятию революции, эти феномены связаны лишь частично. При различном отношении к революции 1917 г. в одних странах (например, в России) понятие «революция» стало приобретать негативную коннотацию, в то время как в других статус революции придает событию дополнительную легитимность (например, в Украине). Для интерпретации причин формирования негативного отношения к понятию «революция» может использоваться концепция Р. Инглхарта: в отсутствие экзистенциальной безопасности доминируют ценности выживания, отрицательно коррелирующие с политической активностью. Теория структуры политических возможностей используется для объяснения межстрановых различий в отношении к понятию «революция» на постсоветском пространстве.

Ключевые слова: историческая память, революция 1917 г., юбилей, политика памяти, ценности, постсоветские страны

Столетие революции прошло в России и практически во всех странах бывшего СССР без ярких публичных событий, обсуждаемых гражданами. Юбилей не попал в список важных событий года даже в России: не более 2% упоминаний как в закрытых, так и в открытых вопросах ФОМ и «Левада-Центра» [2017: событие года в стране и в мире…, 2017; Важнейшие события 2017 года, 2018].

В России в течение 2017 г. много писали о «замалчивании» юбилея на государственном уровне, однако не наблюдалось и заметной конкуренции за символическое пространство юбилея со стороны большинства других акторов. Можно предположить, что одним из ограничителей стали долгосрочные тенденции общественного сознания.

После М. Хальбвакса общепризнанным считается, что события настоящего оказывают значительное, если не определяющее влияние на отношение к прошлому. Данные об отношении к революции 1917 г. иллюстрируют этот эффект. В значительной степени ее оценки сформированы процессами, происходившими в странах бывшего СССР в 1990-е годы и позднее. Более того, на доминирующую оценку революции 1917 г. влияет не только политика памяти [1], но и актуальные события, их оценки, политический курс. В 2009 г., по данным «Евразийского монитора», по отношению к Октябрьской революции постсоветские страны разделялись на три большие группы: более или менее равное количество позитивных и негативных оценок (Россия, Армения, Молдова, Беларусь, Украина, Азербайджан), явное преобладание позитивных оценок (бывшие республики Средней Азии) и явное преобладание негативных (страны Балтии и Грузия). В 2009 г. позиции в России и Украине практически не отличались: 35% жителей Украины оценивали Октябрьскую революцию положительно, а 32% — отрицательно, что практически полностью совпадало с российскими показателями 36% и 32% соответственно [Восприятие населением…, 2009: 16]. В 2015 г. в опросе Института социологии НАН Украины (без неподконтрольных территорий) только 4,5% респондентов называли Октябрьскую революцию в числе «самых позитивных» событий украинской истории, в то время как 13,5% упомянули ее среди «самых негативных» [До Дня Незалежності…, 2015]. С учетом различия методик можно предположить, что актуальные события повлияли и на оценку событий прошлого. Это отражается и в оценках событий советского и до-

[1] В учебниках истории, в речах официальных лиц, в музейной политике общее прошлое оценивается различным образом в бывших советских республиках.

советского периода в украинском опросе 2015 г., эта же тенденция просматривается в изменении отношения к событиям советского прошлого в Грузии [Восприятие населением…, 2009: 51].

Для понимания практик (особенно государственных) отмечания юбилея Октябрьской революции недостаточно знания оценки гражданами ее роли[1]. Не менее значимо отношение к понятию «революция», и оно лишь частично связано с памятью о событии столетней давности.

Отношение к понятию «революция» достаточно сильно, хотя и противоречиво связано с советской традицией. Статус события как «революции» (при отсутствии четкого определения понятия) порой его легитимизирует. Так, во время перестройки различные участники политического процесса описывали свои действия как «революционные». Однако постепенно, особенно в России, термин стал приобретать негативную коннотацию, и в настоящее время говорят о своего рода «антиреволюционном консенсусе» [Калинин, 2017; Горшков, Петухов, 2018].

Нередко формирование негативного отношения к понятию революции связывают с «цветными революциями». При этом не учитывается, что его признаки в России появились еще в конце 1990-х годов. Так, в 2000 г., по данным ИКСИ, понятие «революция» вызывало скорее положительные чувства у 29%, а скорее отрицательные — у 71% [Россияне о судьбах России…, 2000]. Смена коннотаций была связана не столько с отношением к 1917 г., сколько с оценкой (чаще негативной) происходивших в 1990-е годы процессов [Горшков, Петухов, 2018; Дубин, 2011; Задорин, 2007; Левада, 2000].

Нарастание антиреволюционных настроений повлияло и на восприятие жителями России «революции роз» в Грузии в 2003 г., и украинской «оранжевой революции» 2004 г. В 2004 г. понятие революции вызывало положительные чувства менее чем у 1% (0,69) респондентов, а отрицательные чувства испытывали 30%; такие же показатели воспроизвелись в 2007 г. [Порядок и справедливость…, 2007]. В 2012 г. 78% опрошенных жителей России выбрали вариант ответа «что бы ни случилось, революцию в стране нельзя допустить», а в 2017 г. — уже 92% [Октябрьская революция: 1917—2017, 2017].

[1] Например, в России, при всех изменениях в политике памяти, с 1990 г. отношение к революции если и менялось, то незначительно. По данным ФОМ, в 2017 г. распределение позиций воспроизвело ситуацию 2007 г.: 38—40% считали, что Октябрьская революция сыграла положительную роль в российской истории, а 29—31% — отрицательную [Революция…, 2017]. Практически такую же картину дают ВЦИОМ и «Левада-Центр».

Насколько особое положение на постсоветском пространстве в этом отношении занимает Россия?

Украинские термины «оранжевая революция» и «революция достоинства» говорят о позитивных коннотациях. Это подтверждают и материалы фокус-групп [Лэйн, 2010: 44—47], и данные массовых опросов КМИС [В Україні зростає дезорієнтація громадян…, 2017], и результаты экспертного опроса [Четверта річниця Майдану…, 2017]). Аналогично и в Грузии, и в Киргизии участники и бенефициары событий 2003, 2005 и 2010 гг. характеризовали их как революции. В то же время данные экспертных опросов и фокус-групп в Азербайджане и Беларуси свидетельствуют скорее о негативных коннотациях понятия «революция» [Политическая культура…, 2017: 29, 38]. Напротив, эксперты в Молдавии невозможность революции описывали скорее в негативных терминах, считая ее признаком «низкой гражданской активности» [Политическая культура…, 2017: 80].

Для понимания феномена «антиреволюционного консенсуса» в современной России может быть продуктивным использование концепции Р. Инглхарта и К. Вельцеля. Доминирование в большинстве постсоветских стран ценностей выживания подразумевает высокую значимость физической и экономической безопасности, а эти ценности отрицательно коррелируют практически с любыми видами политической активности [Inglehart, Welzel, 2005]. Примерно с середины 1990-х годов в большинстве стран бывшего СССР наблюдается ориентация на ценности порядка, стабильности и материального благополучия.

В то же время ценности и установки большинства населения — не единственный фактор, влияющий на отношение к революциям. Например, при сходной ценностной структуре России и Украины отношение к понятию революции существенно различается. Согласно концепции С. Тэрроу, значение имеют также ресурсы и структура политических возможностей. Авторы, анализирующие ситуацию на постсоветском пространстве, пишут о различиях между странами по уровню конкуренции элит, выраженности региональных различий, традициям участия, практикам выражения недовольства и их успешности [Карозерс, 2003; Пастухов, 2010; Малинова, 2015].

Список литературы

1. 2017: событие года в стране и в мире. Главные события уходящего года // Фонд «Общественное мнение». 2017. URL: http://fom.ru/TSennosti/13905 (дата обращения: 18.03.2018).

2. Важнейшие события 2017 года // Левада-Центр. 2018. URL: https://www.levada.ru/2018/02/01/vazhnejshie-sobytiya-2017-goda/ (дата обращения: 18.03.2018).
3. Восприятие населением новых независимых государств общей истории XX века. Аналитический отчет // Евразийский Монитор. 2009. URL: http://eurasiamonitor.org/issliedovaniia#ul-id-18-28 (дата обращения: 18.03.2018).
4. Горшков М., Петухов В. Октябрьская революция 1917 г. и ее последствия в восприятии современных россиян // Социологические исследования. 2018. № 1. С. 6—18.
5. Дубин Б. Россия нулевых: политическая культура — историческая память — повседневная жизнь. М. : РОССПЭН, 2011.
6. Задорин И. Октябрьская революция в массовом сознании россиян. Динамика мнений за 15 лет // Стенограмма выступления на Горбачевских чтениях «90 лет Октябрьской революции. К итогам современной дискуссии». 2007. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/3e8/071128.pdf (дата обращения: 18.03.2018).
7. Калинин И. Призрак юбилея // Неприкосновенный запас. 2017. № 1 (111). С. 11—20.
8. Карозерс Т. Конец парадигмы транзита // Политическая наука. 2003. № 2. С. 42—65.
9. Левада Ю. От мнений к пониманию. М. : Московская школа политических исследований, 2000.
10. Лэйн Д. Оранжевая революция: «Народная революция» или Революционный переворот? // Полис. Политические исследования. 2010. № 2. С. 31—53.
11. Малинова О. Актуальное прошлое: символическая политика властвующей элиты и дилеммы российской идентичности. М. : РОССПЭН, 2015.
12. Октябрьская революция: 1917—2017 // ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3488. 2017. URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116446 (дата обращения: 18.03.2018).
13. Политическая культура постсоветских стран: экспертная рефлексия. Итоговый аналитический отчет о результатах социологического исследования. 2015—2016 / под общ. ред. Каспэ С. И. М. : Адапт (ЦИРКОНтм), 2017.
14. Порядок и справедливость — главные ценности россиян // ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 659. 2007. URL: https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=4271 (дата обращения: 18.03.2018).

15. Революция: исторические деятели, предпосылки и итоги // Фонд «Общественное мнение. 2017. URL: http://fom.ru/Proshloe/13837 (дата обращения: 18.03.2018).
16. Россияне о судьбах России в XX веке и своих надеждах на XXI век // ИКСИ. Материалы Единого архива экономических и социологических данных. 2000. URL: http://sophist.hse.ru/dbp/S=2385/Q=111/ (дата обращения: 18.03.2018).
17. Рябов А. Основные политические конфликты и тенденции политического развития на постсоветском пространстве: современное состояние и перспективы // Прогнозирование социально-политических процессов и конфликтов в странах Запада и России. М. : Изд-во НИУ МЭиМО РАН, 2016. С. 90—101.
18. В Україні зростає дезорієнтація громадян: соціологічне опитування // Ліга. Новости. 13.02.2017. URL: http://news.liga.net/ua/news/society/14690486-v_ukra_n_zrosta_dezor_ntats_ya_gromadyan_sots_olog_chne_opituvannya.htm (дата обращения: 18.03.2018).
19. До Дня Незалежності: що українці думають про Україну? (2015)// Фонд «Демократическая инициатива» им. Илька Кучерива. URL: http://dif.org.ua/article/do-dnya-nezalezhnosti-shcho-ukraintsi-dumayut-pro-ukrainu (дата обращения: 18.03.2018).
20. «Четверта річниця Майдану: експертне опитування» // Фонд «Демократическая инициатива» им. Илька Кучерива. 2017. URL: http://dif.org.ua/article/chetverta-richnitsya-maydanu-ekspertne-opituvannya (дата обращения: 18.03.2018).
21. Inglehart R., Welzel C. Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence. New York: Cambridge University Press, 2005.

Социальная политика и социальное предпринимательство

Е. Г. Васильева

ЭФФЕКТИВНАЯ СОЦИАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА: ПРОЕКТИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ

ВАСИЛЬЕВА Елена Геральдовна — кандидат философских наук, доцент, Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия.
E-MAIL: vasilievaeg@yandex.ru

Аннотация. Рассматриваются стратегические ориентиры реформирования социальной политики в России, выступающие концептуальной основой проектирования различных систем ее оценки. Выделяются направления, связанные с переходом «от функций — к услугам», от социального государства — к социальному рынку, от государственной бюджетной социальной политики — к экономике общественного сектора, а также от государственного управления — к проектному регулированию и социальному предпринимательству. В целом оценка социальной политики определяется требованиями управленческой (финансовой) и социальной эффективности. Это предполагает разграничение целевых показателей стратегии социальной политики, показателей проектного управления, а также показателей результатов реализации проектов социальной сферы (федеральных и региональных целевых социальных программ, локальных проектов развития территорий и проектов социальных инициатив). Социологическая система оценки соотносится преимущественно с формированием интегрированных индексных показателей, фиксирующих массовые и экспертные оценки достигнутых результатов.

Ключевые слова: социальная политика, проектирование показателей оценки, социальное государство, социальное предпринимательство

Благодарность. Работа выполнена в рамках научного проекта № 17-13-34010 «Ресурсный потенциал некоммерческих организаций в сфере социального предпринимательства» при финансовой поддержке РФФИ и Администрации Волгоградской области.

Социальная политика, реализуемая в России в последние два десятилетия, основана на совмещении принципов социального и сервисного государства и предполагает формирование рынка социальных услуг. При этом можно выделить несколько направлений, связанных с этапами реформирования институциональной структуры управления и действия в социальной сфере, задающих ориентиры для проектирования показателей оценки эффективности процесса.

На первом этапе реформа социальной сферы определялась переходом от «функциональной деятельности» бюджетных организаций социальной сферы к «производству социальных услуг». Эффективная социальная политика соотносилась, во-первых, с автономизацией государственных подведомственных учреждений и ростом совокупного предложения на рынке социальных услуг. Во-вторых, она предполагала развитие негосударственных структур и включение организаций некоммерческого сектора в решение социальных проблем. В-третьих, что особенно важно, реформирование определялось задачей создания институционального рыночного механизма государственного управления социальной сферой.

Основные результаты первоначального этапа связаны с разработкой и внедрением базовых — национальных — стандартов предоставления социальных услуг, отраслевых профессиональных стандартов, систем сертификации качества, административно-организационных регламентов государственных и муниципальных услуг. Кроме того, были внедрены отдельные элементы рыночного механизма управления — проектная технология государственного финансирования, система государственного (муниципального) заказа, технология конкурсного отбора поставщиков социальных услуг и технология грантового финансирования.

В целом социальное реформирование соотносилось с перераспределением полномочий и функций институтов и учреждений, прежде всего на основе формализации и регламентации процессов социальной сферы, основе технологизации и стандартизации профессиональной деятельности, а также включения в управление процессами социальной сферы новых институциональных акторов — АНО (автономных некоммерческих организаций) и СО НКО (социально ориентированных некоммерческих организаций).

На современном этапе стратегия эффективной социальной политики определяется переходом от «социального сервисного государства» к «социальному рыночному государству». Ключевые стратегические ориентиры задаются требованием эффективного управления в целях оптимального использования ресурсов. Это предполагает технологизацию самих

управленческих процессов социальной сферы на основе использования современных элементов бизнес-управления; дальнейшую дифференциацию институциональных структур социальной политики; внедрение институциональных инноваций, обеспечивающих решение социальных проблем на основе негосударственных источников финансирования.

Современные стандарты бизнес-управления обеспечивают гибкий и динамичный, релевантный для социальной политики подход посредством внедрения инновационных технологий проектного офиса, электронного правительства, сетевого управления, социального аудита.

В связи с этим следует отметить, что принцип оптимального использования общественных ресурсов предполагает поиск и продвижение инноваций на основе негосударственных источников финансирования. Это обеспечивается совмещением административно-государственных и общественных структур действия в новых институциональных форматах, что расширяет круг субъектов социальной политики. В качестве институциональных акторов сферы социальной политики выступают не только государство (в лице исполнительных органов управления) или АНО и НКО, но и ключевые институциональные структуры, обеспечивающие сетевое управление процессом. К ним относятся негосударственные проектные структуры, аккумулирующие ресурсы (финансовые, организационные, информационные, волонтерские и др.) — институты развития, целевые фонды, иные ресурсные социальные центры, в том числе организации-бенефициары финансовых социальных трансфертов, обеспечивающие создание и продвижение институциональных инноваций в социальной сфере. Новые структуры обеспечивают аккумуляцию и рост негосударственных ресурсов и источников финансирования, их целевое использование для решения социальных проблем и, одновременно, обеспечивают поддержку социальных инноваций и продвижение эффективных социальных технологий.

В целом стратегия эффективной социальной политики выступает как стратегия «наилучшего управления», что само по себе составляет общественное благо. В то же время такой подход ограничивает систему оценки группой показателей проектного управления и администрирования.

Новый этап социальной политики связан с разграничением стратегии рационального управления общественным сектором экономики и требований *социальной* эффективности, ограничивающих применение стандартов бизнес-управления. Это предполагает дифференциацию институциональных структур действия в направлении регламентации практик «социального предпринимательства». Ключевые целевые ориентиры эф-

фективной социальной политики в этом случае соотносятся с поддержкой предпринимательских инициатив организаций некоммерческого и коммерческого секторов экономики, обеспечивающих функционирование рынка социальных услуг в соответствии с запросами потребителей.

Эффективная стратегия, таким образом, совмещает требования и направления государственной и негосударственной социальной политики. Она, с одной стороны, определяется целями государственной политики, и, прежде всего, необходимостью оптимизации бюджетного субсидирования социальной сферы и регулирования (контроля) социального рынка. Необходимость оптимизации процессов социального управления определяет использование показателей ключевых проектов социальной сферы — федеральных целевых программ и программ социального развития территорий. С другой стороны, появление новых акторов, обеспечивающих привлечение дополнительных ресурсов и источников финансирования, задает новые ориентиры и стандарты оценки, связанные с развитием проектов социальных инициатив.

В целом проекты социальной сферы и, в особенности, проекты социальных инициатив, хотя и выражают позитивную ценность общественного участия в управлении социальной политикой, все же направлены на решение отдельных социальных проблем и выражают ограниченные потребности. В связи с этим возникает и основное различие в современных подходах к оценке эффективности социальной политики, которое проявляется в преимущественном использовании либо проектных, либо стратегических показателей развития социальной сферы. Перспективы совершенствования оценки связаны с внедрением технологии социального аудита, развивающего управленческие квалификации «эффективности» как «социальной эффективности», что предполагает использование группы показателей, ориентированных на динамические критерии оценки. В этом случае ключевым ориентиром эффективной социальной политики выступает общественное благо как результат гармонизации общественных притязаний, а приоритетные показатели ее развития связаны с оценкой институциональных и ситуационных рисков внедрения инноваций. Данная группа показателей не совпадает с группой управленческих показателей и основана на индексированных социологических значениях, с необходимостью включающих индикаторы массовых и профессиональных экспертных оценок эффективности изменений социальных процессов социального управления проектами в области социальной политики.

Е. И. Иванова

СОЦИАЛЬНЫЕ СМЫСЛЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ: ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ

ИВАНОВА Елена Игоревна — доктор социологических наук, социологический факультет, Российский государственный гуманитарный университет, Москва, Россия.
E-MAIL: ivanova.e@rggu.ru

Аннотация. Особенности формирования современной управленческой и предпринимательской среды в России определяются комплексом факторов как макросоциального, так и латентного (ценностного) характера. Макросоциальные условия достаточно благоприятны: на восходящей демографической волне находится многочисленное поколение, родившееся в 1980-е годы, обладающее хорошим человеческим капиталом, демонстрирующее высокие темпы прироста доли занятых в сфере управления и предпринимательства. Субъективные факторы, ценностные и смысловые установки, регулирующие поведение молодых предпринимателей, ориентируют их деятельность прежде всего на материальные цели. Результаты социологического опроса «Жизненный мир россиян» (2015) показали наличие преемственности основных ценностей между поколениями, но в то же время — и расхождения в смыслах их деятельности: старшие поколения значительно чаще соглашались с утверждением, что «работа есть обязанность перед обществом». Согласно результатам опросов, смысл предпринимательской деятельности для молодежи ассоциируется с материальным благополучием, возможностью быстрого обогащения, свободой, реже с профессиональными достижениями. Социально значимые смыслы отступают на второй план, часто успешные предприниматели уезжают работать за рубеж, что подтверждают исследования автора. Общество предлагает меры по воздействию на смысловые установки молодых предпринимателей. К ним относятся проекты правительства, стимулирующие массовое участие молодежи в деятельности научно-технической и инновационной направленности, в местном самоуправлении; поддержка бизнес-сообществом социального предпринимательства, волонтерства, благотворительности и меценатства. Важной мерой является обучение студентов в российских вузах ценностям корпоративной социальной ответственности, участие преподавателей в формировании нового поколения предпринимателей с социально ответственной позицией.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность, смыслы деятельности, поколения, смысловые установки

Формирование квалифицированных кадров остается насущной задачей современного этапа развития управленческой и предпринимательской среды в России. «Кадры решают все» — этот лозунг подхватили и первые лица нашего государства, задействовав ряд проектов для обновления и усиления управленческого звена на госслужбе, в организациях.

Могут ли молодые поколения предложить новые человеческие ресурсы? Насколько реальное содержание их деятельности соответствует ожиданиям общества, какие смыслы вкладывают они в свою деятельность?

Современные макросоциальные условия для формирования новых профессиональных кадров среди молодых поколений достаточно благоприятны. В структуре населения трудоспособного возраста на восходящей демографической волне находится многочисленное поколение, родившееся в 1980-е годы, обладающее хорошим человеческим капиталом — прежде всего образованием, полученным до перехода на новые стандарты двухуровневой системы. Только за пять лет, за период 2012—2016 гг., численность специалистов высшего уровня квалификации среди населения в возрасте 30—39 лет возросла на треть (подсчеты по данным Росстата). В поколении 1980—1984 гг. рождения наблюдаются высокие темпы прироста доли занятых в сфере управления и предпринимательства, доля профессионалов без малого в два раза превышает соответствующую долю в старшем поколении трудоспособного возраста 1960—1964 гг. рождения.

Помимо отмеченных выше макросоциальных факторов существуют и латентные факторы, вызывающие интерес к видам профессиональной деятельности. Поведение молодых поколений определяется нормами бытия социальных институтов [Ядов, 2009: 40]. Они воспринимаются на уровне сознания индивида, воздействуют на содержание ценностных и смысловых установок. Смысловые установки — это составляющая исполнительных механизмов деятельности, отражающая жизненный смысл объектов действительности, на которые эта деятельность направлена. Они содержат взгляды индивидов на мир, определяют поведение людей, их готовность действовать по отношению к объекту. Смысловые установки формируют образы профессиональной деятельности и особенности ценностной регуляции поведения населения в рамках видов деятельности.

Если ценности передаются из поколения в поколение часто в неизменном виде, то *смысл жизни* меняется — каждое поколение по-новому переосмысливает свою жизнь. В. М. Межуев подчеркивает, что у ценностей нет конкретного автора, а смыслы принадлежат только человеку, «творятся, создаются живыми людьми» [цит. по: Тощенко, 2016: 5].

На основе результатов социологического опроса населения старшего возраста, проведенного в 2015 г. в рамках исследовательского проекта «Жизненный мир Россиян» были получены оценки основных признаков старших и молодых поколений. Эти оценки даны старшим поколением, имеющим суждения на основе своего жизненного опыта, воспитания молодого поколения, а также повседневного взаимодействия с молодыми людьми. Респонденты отметили, что наиболее часто встречающейся характеристикой молодого поколения было стремление к знаниям. Образование является признанной ценностью среди молодежи. Затем следовали не менее важные поведенческие характеристики, отражающие ценностные ориентации: целеустремленность, активность и амбициозность, трудолюбие, доброта, патриотизм. Соотношение основных черт старшего и молодого поколений показало, что ключевые характеристики сохранились, но перешли на другие позиции в иерархии. Ответ на прямой вопрос, заданный старшим поколениям об отношении к молодежи, показал, что 76% всех опрошенных относятся положительно к современной молодежи. Данные оценки позволяют судить о наличии преемственности между поколениями.

В то же время смыслы жизнедеятельности поколений изменились. У старших поколений они были нематериальны, их установки отражали стремление к подвигу, духовному совершенству — «энтузиасты», «романтики». Смыслы жизни современных молодых поколений более прагматичны, ориентированы на материальное благополучие, а их образы технократичны: иксы, игреки, зэты, миллениалы.

Результаты исследования «Жизненный мир Россиян» показали, что отношение к сущностному содержанию профессиональной деятельности и ее значению для общества дифференцированно по принадлежности к поколению. Чем моложе респонденты, тем реже они соглашаются с утверждением, что «Работа есть обязанность перед обществом». Напротив, старшие поколения чаще выражали одобрение этого тезиса [Иванова, 2016а: 420]. Данные межпоколенные различия отражают изменение смысловых установок в профессиональном пространстве. Согласно опросу ФОМ «Что такое успех», проведенному в ноябре 2017 г., 27% опрошенных отнесли к успеху материальное благополучие, достаток:

«чем толще карман, тем лучше успех». Доля респондентов, оценивающих успех как наличие интересной, любимой работы, была меньше — 20 % [Что такое успех…, 2017].

В конце 2017 года ФГБУ «Роспредприниматель» провело социологическое исследование на выявление предпочтений в области трудовой деятельности среди молодежи и действующих предпринимателей[1]. Почти половина опрошенных (48,3 %) заявили, что планируют заняться предпринимательством [Российский инвестиционный…, 2018: 77]. При этом смысл собственного дела для молодежи ассоциируется со свободой (возможностью располагать своим временем, строить собственный удобный рабочий график) и возможностью быстрого обогащения. Такое представление оправдывается ориентацией коммерсанта на материальную выгоду, на предотвращение рисков потерь собственности даже в ущерб нуждам и потребностям общества.

Молодые поколения находятся под все усиливающимся воздействием инновационных технологий во всех сферах общества, в их жизнедеятельность внедряются информационные регуляторы социального взаимодействия, не только дополняющие, но и заменяющие нормативные регуляторы. Профессиональное пространство все более затрагивает процесс глобализации. Смысловые установки деятельности становятся обобщенными, определяют поведение индивидов независимо от страны их рождения. Социально значимые ориентиры отступают на второй план, часто молодые профессионалы уезжают работать за рубеж. Согласно данным исследования, проведенного агентством «HeadHunter» в мае 2015 г. в Петербурге и Ленинградской области, среди ИТ-специалистов более половины задумывались о переезде за границу ради хорошей работы [НП РУССОФТ, HeadHunter…, 2015].

Примером могут служить установки деятельности Павла Дурова, основателя и лидера мессенджера Telegram. Смысловая установка его деятельности, объектом которой являются информационные технологии, — доходность и профессиональные достижения, правда, независимо от их значимости и последствий для российского общества. «Глобус большой», — считает бизнесмен [Кречетова, 2017].

Данные социологического опроса, проведенного в рамках проекта «Жизненный мир Россиян» в 2014—2015 гг., показали, что наибольшая

[1] В опросе приняли участие 619 человек, большинство из них в возрасте от 23 до 30 лет. Все респонденты — жители Российской Федерации.

доля желающих постоянно жить и работать за рубежом отмечалась среди предпринимателей и бизнесменов [Иванова, 2016б: 99]. В 2017 г. исследования «Левада-Центра» показали достаточно высокий потенциал миграционной подвижности среди молодежи: если об эмиграции думал в среднем каждый четвертый из опрошенных всех возрастов, то среди молодых респондентов в возрасте 18—24 — каждый второй [Эмиграционные настроения, 2017].

Последствия смысловых установок деятельности молодых профессионалов как конкретного выражения жизненной стратегии, направленной на материальное благополучие и карьеру, при этом независимо от места работы — на родине или за рубежом, сказываются на отсутствии кадров для решения ряда актуальных социально-экономических проблем. Среди них — повышение инновационной активности бизнеса, рост конкурентоспособности. Данный факт отмечался на Гайдаровском форуме, состоявшемся в январе 2018 г. Эксперты констатировали, что ожидавшегося «весомого, грубого, зримого» технологического рывка для целей эффективного управления не ощущается ни в сфере концентрации цифровых технологий в России, ни в сфере их коммерциализации.

Отсутствие кадров особенно остро ощущается в регионах. На многих предприятиях нет подразделений и сотрудников, ответственных за инновационное развитие, за систему управления интеллектуальной собственностью, предприятия не проводят исследования рынка инноваций, не реализуют стратегии продвижения инновационной продукции на рынок. Это приводит к тому, что управленческая деятельность концентрируется на краткосрочной стратегии развития.

Общество предлагает меры по воздействию на смысловые установки профессиональной деятельности молодого поколения. В феврале 2018 г. начата реализация молодежного проекта «Россия — страна возможностей», в том числе проекта «Билет в будущее», проведение всероссийских молодежных конкурсов «Лидеры России» и «Мой первый бизнес». Цель этих проектов состоит в стимулировании массового участия молодежи в предпринимательских проектах, в том числе в научно-технической и инновационной сферах, в работе на предприятиях реального сектора экономики, создании кадрового резерва из молодых и перспективных управленцев для экономики и государственной службы, в обучении реализации собственных проектов [О выделении бюджетных…, 2018].

Распространяются различные формы участия молодежи в управлении и местном самоуправлении. Реализуются программы корпоративного

волонтерства, сотрудники учреждений и организаций привлекаются на различные направления.

Насущной задачей для молодых кадров, начинающих бизнесменов и управленцев становится придание смыслам их деятельности социальной составляющей. В России активно формируется социальное предпринимательство как самостоятельное направление деятельности организаций. Сама тема социального предпринимательства привлекает внимание государства, бизнеса, предпринимателей, исследователей, обучающих организаций. Социальное предпринимательство — это новый способ социально-экономической деятельности, в котором соединяется социальное назначение организации с предпринимательским новаторством и достижением самоокупаемости [Социальное предпринимательство…, 2011: 15—16].

В регионах организуются курсы обучения, объявляются конкурсы грантов по социальному предпринимательству. Как правило, это социально значимые проекты. К примерам социального предпринимательства можно отнести целый ряд видов деятельности благотворительных магазинов; предприятий, на которых работают инвалиды; центров реабилитации для пожилых; бюджетных учреждений.

Преподаватели лидирующих российских вузов обучают студентов ценностям корпоративной социальной ответственности, реализуют практические шаги в формировании нового поколения социально ответственной предпринимательской и управленческой элиты России и развитии российского управленческого образования. Использование данной инициативы в управленческом образовании, дополнение современных образовательных программ новыми учебными курсами, содержащими основы социальной ответственности, позволяют расширить кругозор будущих управленцев, придать будущему бизнесу социальный эффект.

Несомненно, ценностные предпочтения различных возрастных групп, поколений, социальных и профессиональных групп многообразны. Современное общество предъявляет особые ожидания к новым управленческим кадрам. Они наполнены социальными смыслами, без которых невозможно решение проблем социально-экономического развития и экономического роста.

Список литературы

1. Иванова Е. И. Межпоколенные социально-профессиональные перемещения в современной России. Ядовские чтения: перспективы социологии

/ под ред. О. Б. Божкова, С. С. Ярошенко, В. Ю. Бочарова. СПб. : Эйдос, 2016а. С. 413—421.
2. Иванова Е. И. Миграционные намерения современных поколений: новая волна миграции // Жизненный мир россиян: 25 лет спустя (конец 1980-х — середина 2010-х гг. / под ред. Ж. Т. Тощенко. ЦСП и М, 2016б. С. 89—112.
3. Кречетова А. Опасная связь: спецслужбы разных стран преследуют Telegram Павла Дурова // Forbes. 2017. URL: http://www.forbes.ru/tehnologii/350645-opasnaya-svyaz-specsluzhby-raznyh-stran-presleduyut-telegram-pavla-durova (дата обращения: 18.03.2018).
4. НП РУССОФТ, HeadHunter: Миграция программистов вновь стала значимым фактором для рынка труда России. 2015. URL: https://www.iemag.ru/news/detail.php? ID=35648 (дата обращения: 18.03.2018).
5. О выделении бюджетных ассигнований на развитие молодежных проектов «Россия — страна возможностей» // Правительство России. 2018. URL: http://government.ru/docs/31509/ (дата обращения: 18.03.2018).
6. Российский инвестиционный форум. СОЧИ 2018. URL: http://www.rusinvestforum.org (дата обращения: 10.02.2018).
7. Социальное предпринимательство в России и в мире. Практика и исследования / под ред. А. А. Московской. М. : ВШЭ, 2011.
8. Тощенко Ж. Т. Смысл жизни: опыт анализа с позиций социологии жизни // Социологические исследования. 2016. № 11. С. 6. С. 3—14.
9. Что такое успех. Трудно или легко добиться успеха жителям сегодняшней России // Фонд «Общественное мнение». 2017. URL: http://fom.ru/TSennosti/13865 (дата обращения: 18.03.2018).
10. Эмиграционные настроения // Левада-Центр. URL: https://www.levada.ru/2017/06/19/emigratsionnye-nastroeniya-2/ (дата обращения: 18.03.2018).
11. Ядов В. А. Современная теоретическая социология как концептуальная база исследования российских трансформаций. 2-е изд., исправл. и доп. СПб. : Интерсоцис, 2009.

Е. Н. Васильева

ИССЛЕДОВАНИЕ ПРАКТИК СОЦИАЛЬНОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И СО НКО В ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

ВАСИЛЬЕВА Екатерина Николаевна — доктор социологических наук, доцент, директор института истории, международных отношений и социальных технологий, Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия.
E-MAIL: vasilevaen@volsu.ru
ORCID: 0000-0002-0460-5539

Аннотация. Перед научным сообществом сегодня стоит задача выявить индикаторы изменения социальной и экономической активности, что позволит определить готовность населения к интенсификации социальной и экономической деятельности (развитию СО НКО, социального предпринимательства, разработке и внедрению социальных инноваций и т. д.). Осуществить данную задачу невозможно, опираясь лишь на исследования, проведенные только количественными методами, на статистику, так как население, занятое в социальной сфере, слишком мало по соотношению к общему числу населения. Помимо трудностей в определении границ генеральной совокупности и формирования выборочной совокупности для осуществления количественного опроса, исследователь сталкивается с проблемой выбора информантов для экспертных опросов. Государственные служащие дают интервью заученными формулировками из нормативных документов, а исследователи, серьезно занимающиеся социологическими исследованиями в социальной сфере, предлагают различные инструменты оценки, что не позволяет сопоставить результаты по регионам. Для оценки неинституциональных практик нами был проведен экспертный опрос участников межсекторного партнерства бизнеса, власти и некоммерческих организаций (n-25) и полуформализованный опрос руководителей некоммерческих организаций (n-50).

Ключевые слова: некоммерческие организации, социальные услуги, социальная активность, социальное предпринимательство, некоммерческий сектор

Благодарность. Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ и АВО № 17-13-34010 «Ресурсный потенциал некоммерческих организаций в сфере социального предпринимательства».

В своей работе мы продолжаем исследование факторов, мешающих и способствующих эффективному развитию СО НКО и социального предпринимательства, начало которому положено в работах [Мерсиянова, Беневоленский, 2017; Полтавская, 2015].

Данные экспертного опроса позволили ответить на вопрос: каковы условия осуществления сотрудничества между государством и некоммерческими организациями? Было выявлено, что взаимодействие осложнено недоверием и недопониманием с обеих сторон, так как органы власти опираются на МВД, службу судебных приставов и другие структуры, имеющие полномочия применять санкции за выявленные нарушения, чтобы избежать наказания, организации предпочитают сохранять информационную закрытость. Информация, которую организации предоставляют для реализации права на участие в конкурсах на получение субсидий и грантов, односторонняя, проблемы замалчиваются. СМИ практически не освещают деятельность СО НКО в медиапространстве региона, что определяет неинформированность граждан о деятельности НКО. Возможно ли партнерство НКО с властью в Волгоградской области? Да, до тех пор, пока в регионе сохраняется преемственность власти, так как в регионе доминируют неформальные договоренности. Участники СО НКО неудовлетворены состоянием нормативной базы, что усугубляется незнанием законов, своих прав и возможностей со стороны руководителей НКО, а также отсутствием четкого механизма исполнения многих законов.

Полученные данные уточнялись по результатам полуформализованного опроса. Все определения социального предпринимательства, которые были даны интервьюерам, можно разделить на две группы. В первой группе определения наиболее близки к традиционному пониманию социального предпринимательства:

— «Оказывает социальные услуги определенной группе населения, либо трудоустраивает у себя, например, инвалидов, либо часть своей прибыли направляет на развитие социальной сферы в местности, где находится его бизнес».
— «Что-то среднее между некоммерческой деятельностью и бизнесом, приоритетом в котором является социальный эффект, а не из-

влечение прибыли. Доходы от деятельности реинвестируются в развитие».

— «Деятельность, которая направлена на достижение не только прибыли, но и для помощи неимущим людям, престарелым».
— «Представители производственно-торгового сектора в социальной сфере» и др.

Во второй группе определения социального предпринимательства давались через благотворительную помощь, оказание социальной помощи, например:

— «…То есть, если допустим, у человека есть магазин, и там есть отдельная полка с хлебом для малоимущих граждан — такого человека можно отнести к разряду социальных предпринимателей».
— «Все больше появляется платных услуг, а мы оказываем бесплатные».
— «Направляющие часть прибыли на социальные программы».

Уточнение понимания социального предпринимательства руководителями СО НКО производилось инструментарием, разработанным ЦИРКОН [Портрет…, 2013]. В целом портрет социального предпринимателя вырисовывается положительный (см. рис. 1).

Рис. 1. Оценка социального предпринимательства руководителями СО НКО

Представления руководителей НКО о формах реализации социальной активности тесно связаны с концепцией благотворительности, что подме-

няет понятие социального предпринимательства. Тем не менее появились руководители НКО, мыслящие в рамках концепции бизнес-технологий, которая предполагает наличие социальных инвестиций, инноваций, социальный рынок, создание рабочих мест, реализацию социальных проектов.

Мотивация руководителей НКО была измерена по пятибалльной шкале (см. табл. 1). Полученные данные позволяют сделать вывод о доминировании целевой направленности на решение социальных проблем у руководителей СО НКО, в то же время факторы, обычно мотивирующие предпринимателей, имеют невысокий показатель среди руководителей некоммерческого сектора.

Таблица 1. ***Ответ на вопрос: «Что побуждает вас активно участвовать в жизни общества?»***

Мотивационный фактор	Среднее значение оценки
Видеть конкретные и ощутимые результаты своего труда	4,8
Решить конкретную социальную проблему	4,68
Иметь интересную работу, связанную с новыми впечатлениями и общением с людьми	4,32
Расти профессионально в важных для меня сферах деятельности	4,28
Приобрести умение выживать в сложных ситуациях	3,88
Обеспечить максимальную прибыль для расширения деятельности организации	3,72
Достичь богатства ради внутренней свободы и независимости	2,48

О потенциале трансформации руководителей СО НКО в социальных предпринимателей можно судить по ответу на вопрос о потребности в реализации бизнес-проектов в социальной сфере: такую потребность имеют 36 % руководителей, затруднились 20 %, не имеют такой потребности 44 %. Важную информацию дал ответ на вопрос об источниках финансирования деятельности СО НКО (см. табл. 2). Данные позволяют сделать вывод о неготовности СО НКО в Волгоградской области к интенсивной деятельности, так как ожидание руководителями конкурсов или субсидий из муниципальных, региональных и федеральных бюджетов не компенсируется активным поиском спонсоров из коммерческого сектора и не ведет к организации социального предпринимательства.

Таблица 2. ***Ответ на вопрос: «Каковы главные источники финансирования Вашей организации?», %***

Источники финансирования	
Гранты и другие поступления	80
Пожертвования частных лиц	46
Поступления от коммерческих компаний	38
Взносы учредителей, членов организации	36
Поступления из средств муниципальных бюджетов	24
Собственная хозяйственная деятельность (доходы от предпринимательской деятельности)	24
Поступления из средств федерального и/или регионального бюджетов	12
Поступления от российских НКО и благотворительных фондов	12

Неразвитая нормативно-правовая база и недостаток материальных ресурсов приводят к трудностям в обслуживании благополучателей или невозможности обслужить определенную категорию благополучателей СО НКО и затрудняют трансформацию их деятельности в социальное предпринимательство. На сегодняшний день благоприятные перспективы развития организаций возможны лишь при поддержке СО НКО органами власти. Можно с уверенностью предположить, что необходим постоянный мониторинг деятельности СО НКО для коррекции политики, направленной на повышение эффективности деятельности СО НКО и устранение причин, препятствующих эффективному функционированию и расширению спектра социальных услуг. Именно развитие инструментов поддержки СО НКО на территории Волгоградской области будет способствовать развитию гражданского общества и гражданских инициатив, выходу работы СО НКО на новый, более эффективный уровень. На сегодняшний день результаты проведенных исследований показывают, что разрывы между институциональными требованиями и реальными практиками участников СО НКО в Волгоградской области существенны.

Список литературы

1. Мерсиянова И. В., Беневоленский В. Б. НКО как поставщики социальных услуг: верификация слабых сторон // Вопросы государственного и муниципального управления. 2017. № 2. С. 83—104.

2. Полтавская М. Б. Социальное предпринимательство как идея и как процесс: взгляд некоммерческих организаций // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2015. № 3 (29). С. 136—150.
3. Портрет социального предпринимателя: ключевые характеристики: Итоговый отчет по результатам исследования (версия 1.1 от 04.03.2013) URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/e4e/Portret_SP_Otchet.pdf (дата обращения: 25.02.2018).

М. Б. Полтавская

НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ И РЫНОК СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ И НЕИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ПРАКТИКИ

ПОЛТАВСКАЯ Мария Борисовна — кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры социологии, Волгоградский государственный университет, Волгоград, Россия.
E-MAIL: poltavskaya@volsu.ru
ORCID: 0000-0001-7275-626X

Аннотация. Рынок социальных услуг был открыт для некоммерческих организаций в 2013 г. с принятием закона «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации», который направлен на поиск баланса между государственной системой социального обслуживания и коммерциализацией социальной сферы. Социальное предпринимательство для некоммерческих организаций является нераспространенной, нетипичной практикой, поскольку не регламентируется законом, зачастую неверно интерпретируется руководителями. Данные полуформализованного опроса руководителей некоммерческих организаций (N=50) позволили выделить две трактовки социального предпринимательства. Во-первых, оно определяется через осуществление предпринимательской деятельности с обязательным социальным эффектом, ярко выраженной социальной миссией, во-вторых, отождествление социального предпринимательства с различными видами помощи (благотворительность, меценатство, поддержка социальных проектов). Представления руководителей волгоградских НКО все еще тесно связаны с концепцией благотворительности, что подменяет понятие социального предпринимательства. Ценностный конфликт руководителей некоммерческих организаций находится в плоскости идентификации социально ориентированной некоммерческой организации в условиях коммерциализации социальной сферы. Социальное предпринимательство представляется видом некоммерческой деятельности субъектов рыночных отношений, а также выступает видом коммерческой деятельности субъектов нерыночных отношений. Результаты исследования показали, что разрывы между институциональными требованиями и реальными практиками существенны.

Ключевые слова: некоммерческие организации, социальные услуги, рынок социальных услуг, социальное предпринимательство, некоммерческий сектор

Благодарность. Работа выполнена в рамках научного проекта № 17-13-34010 «Ресурсный потенциал некоммерческих организаций в сфере социального предпринимательства» при финансовой поддержке РФФИ и Администрации Волгоградской области.

С 2012 г. в России активно идет реформа в социальной сфере. В поисках баланса между государственной системой социального обслуживания и коммерциализацией социальной сферы был принят закон «Об основах социального обслуживания граждан в Российской Федерации», который открыл для некоммерческих организаций рынок социальных услуг. Расширение рынка социальных услуг и привлечение социально ориентированных некоммерческих организаций (СО НКО) происходят в условиях экономического кризиса, низкого уровня материальной базы, поэтому возможности развития российских СО НКО существенно ограничены. Ресурсы третьего сектора особенно необходимы в условиях кризиса, давления на государственные бюджеты [Salamon, Sokolowski, 2016].

Теоретико-методологическое обоснование проблемы интеграции некоммерческих организаций на рынок социальных услуг базируется на экономических теориях некоммерческого сектора, теории провала рынка/государства [Weisbrod, 1994], теории «невыполненного контракта» [Hansmann, 1990], теории «third party government / правительство третьей стороны» Л. М. Саламона [Salamon, Anheier, 1992; Salamon, Sokolowski, 2016], в основе которой лежит государственно-некоммерческое сотрудничество.

Работы исследователей НИУ ВШЭ посвящены оценке эффективности государственной поддержки социально ориентированных НКО, а также инструментам поддержки СО НКО в России, которые схожи с зарубежными [Краснопольская, Мерсиянова, 2015]. Анализ конкретных кейсов в РФ показывает, что практики регионов существенно различаются [Громова, Мерсиянова, 2016; Мерсиянова, Беневоленский, 2017].

Для выявления неинституциональных практик СО НКО на рынке социальных услуг был проведен полуформализованный опрос руководителей СО НКО Волгоградской области, имеющих опыт оказания социальных услуг (апрель-сентябрь 2017 г., объем выборки 50 чел., опрашивались

руководители СО НКО, чьи организации входят в реестр получателей государственной поддержки Волгоградской области, реестр поставщиков социальных услуг Волгоградской области).

Данные опроса позволили сделать вывод о наличии у руководителей двух подходов к трактовке социального предпринимательства. Во-первых, они отмечают обязательное наличие предпринимательской деятельности и социального эффекта, социальной миссии (52% респондентов). Эти определения наиболее близки к понятию социального предпринимательства. «Это люди, решающие социальные проблемы деятельностью организации, рассматривается как вид бизнеса», «люди, имеющие свой бизнес, и направляющие часть прибыли на социальные программы, созданные самими предпринимателями или вкладывающиеся в действующие социальные программы государства или НКО», «предприниматели, которые своими социальными услугами закрывают ту брешь, до которой у государства не доходят руки». Во-вторых, четко прослеживается отождествление социального предпринимательства с различными видами помощи (благотворительность, меценатство, поддержка социальных проектов) — так считают 40% опрошенных руководителей. Трактовки социального предпринимательства и социального предпринимателя таковы: «занимаются благотворительностью и меценатством», «жертвуют деньги на поддержку детей-инвалидов», «кто оказывает социальную помощь», «помогают реализации социальных программ», «поддерживают социальные проекты». Затруднились с ответом 8% респондентов.

Таким образом, в представлениях руководителей СО НКО понятие социального предпринимательства тесно связано с концепцией благотворительности, некоторыми они отождествляются. Можно также констатировать, что появились руководители СО НКО, склонные к применению бизнес-технологий. Такая позиция предполагает инновационный подход, реализацию социальных проектов, наличие социальных инвестиций, социальный рынок, создание рабочих мест.

Исследование позволило выявить ценностный конфликт руководителей СО НКО, связанный с идентификацией организации в условиях коммерциализации социальной сферы. Социальное предпринимательство представляется видом некоммерческой деятельности субъектов рыночных отношений, а также выступает видом коммерческой деятельности субъектов нерыночных отношений. Ответ на вопрос, к какому субъекту — рыночных или нерыночных отношений — отнести организацию, занимающуюся социальным предпринимательством, вызвало за-

труднение у руководителей СО НКО. Результаты исследования показали, что разрывы между институциональными требованиями и реальными практиками существенны.

Список литературы

1. Громова М. Н., Мерсиянова И. В. Государственная поддержка НКО и проблема оценки ее эффективности // Гражданское общество в России и за рубежом. 2016. № 1. С. 44—47.
2. Краснопольская И. И., Мерсиянова И. В. Трансформация управления социальной сферой: запрос на социальные инновации // Вопросы государственного и муниципального управления. 2015. № 2. С. 29—52.
3. Мерсиянова И. В., Беневоленский В. Б. НКО как поставщики социальных услуг: верификация слабых сторон // Вопросы государственного и муниципального управления. 2017. № 2. С. 83—104.
4. Hansmann H. The Role of Nonprofit Enterprise // The Yale Law Journal. 1990. № 89. P. 835—898
5. Salamon L., Anheier H. K. In search of the nonprofit sector: The question of definitions. 1992. Vol. 3. P. 125—152.
6. Salamon L. M., Sokolowski S. Beyond Nonprofits: Re-conceptualizing the Third Sector // Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations. 2016. Vol. 27. No. 4. P. 1515—1545.
7. Weisbrod B. The Nonprofit Economy. Cambridge: Harvard Univ. Press, 1994.

Социология интернета

А. А. Гнедаш, Н. А. Рябченко

СЕТЕВОЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ПРОТЕСТНЫХ ДВИЖЕНИЙ (НА ПРИМЕРЕ СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ «WOMENSMARCH»)

ГНЕДАШ Анна Александровна — кандидат политических наук, доцент кафедры государственной политики и государственного управления, Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия.
E-MAIL: anna_gnedash@inbox.ru
ORCID: 0000-0002-3516-107X

РЯБЧЕНКО Наталья Анатольевна — кандидат политических наук, доцент кафедры социальной работы, психологии и педагогики высшего образования, Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия.
E-MAIL: rrrnatali@mail.ru
ORCID: 0000-0001-6980-2894

Аннотация. В статье рассматривается глобальное современное социальное протестное движение «WomensMarch». Описываются причины, история возникновения и развития данной социальной сети, выделяются основные акции, совершенные сторонниками и активистами движения на протяжении 2016—2018 гг. Объясняется, почему движение «WomensMarch» стало таким востребованным, популярным и конструктивным движением, изменяющим социально-политическую действительность во многих странах мира. Для определения способов и инструментов перевода политического капитала «WomensMarch» из онлайн-пространства в офлайн моделируется социальный граф, который с помощью методологии сетевого анализа исследуется по следующим параметрам: «Users_can_post», «Talking_about_count», «Post_activity», «Fan_count», «Category». Определяются пути использования данной методологии для дальнейшего изучения подобных движений и сетей.

Ключевые слова: сетевой анализ, социальные сети, WomensMarch, протестные движения, конструктивный потенциал, социальный граф.

Благодарность. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (Отделение гуманитарных и общественных наук) в рамках научного проекта № 18-011-00975 «Субъективное пространство политики: возможности и вызовы сетевого общества» (2018—2020 гг., рук. И. В. Мирошниченко).

«WomensMarch» — это всемирное социальное протестное движение, возникшее 21 января 2017 г. для артикуляции, защиты и продвижения законодательства и политики в области прав человека: прав женщин, прав иммигрантов, репродуктивных прав, реформы здравоохранения, вопросов расового неравенства, экологических проблем, прав трудящихся и т. д. Главным мобилизиующим компонентом «WomensMarch» стало общее недовольство женщин и мужчин разных стран мира неоднократными высказываниями и заявлениями и в целом оскорбительной и дискриминационной (антиженской) позицией Д. Трампа в период предвыборной кампании и накануне инаугурации. Марши 2017 и 2018 гг. транслировались в прямом эфире видеохостингом YouTube, социальными платформами Facebook и Twitter. В первом политическом марше в США приняло участие более 5 млн человек, что составило 1,6 % населения США; по всему миру было проведено 673 марша на семи континентах, участие во всем мире оценивается более чем в 7 млн человек.

Организационно протестное движение оформилось в ноябре 2016 г.: на базе социальной сети Facebook была создана социальная сеть «WomensMarch». За несколько дней тысячи женщин по всему миру присоединились к социальной сети и подписались на участие в женском марше 21 января 2017 г. Организаторы утверждали, что они «не нацелились конкретно на Трампа» и что марш проводится для того, чтобы «быть более проактивными в защите прав и свобод женского населения». Ненависть, фанатизм, дискриминация и гендерно-предвзятая политика являются не только американской проблемой, именно движение «WomensMarch» показало, что это глобальные проблемы, на которые моментально откликаются люди во всем мире и активно присоединяются к мирным протестным акциям.

21 января 2018 г. состоялся второй женский марш в городах по всему миру: крупнейшие митинги в США прошли в Нью-Йорке, Вашингтоне, Лос-Анджелесе, Далласе, Филадельфии, Чикаго, Сан-Франциско и Атланте; в Канаде, Великобритании, Японии, Италии и других странах мира.

Как мы видим, на сегодняшний день «WomensMarch» — это крупнейшая и мощнейшая глобальная социальная сеть, мобилизирующая людей на совершение активных социально-политических действий как в онлайн, так и в офлайн, причем действий, меняющих поле публичной политики. Мы проанализировали статистику сетевых данных, полученных посредством метода «Facebook Graph API», и составили сетевое ядро движения «Women's March». Основа данного сетевого анализа — набор данных «Graph API», включивший следующие типы сетевых данных: node (узел) — объект сетевого анализа (объектами могут быть как пользователи, так и фото, видео, страница, целое сообщество, комментарий в Facebook); edge (грань/связь) — связи между объектами сетевого анализа, например, связь между фото и содержащей это фото страницей; field (поле/сфера) — информация об объектах сетевого анализа, например, день рождения пользователя, название сообщества, количество комментариев к публикации.

Сетевое ядро движения «Women's March» представлено в виде социального графа, состоящего из 122 хабов — страниц в Facebook, связанных с официальным представительством движения «Women's March» посредством механизма «Мне нравится» (хаб — объект сетевого анализа с самым большим количеством связей в рамка анализируемого социального графа) (см. рис. 1).

Рассмотрим социальный граф движения «Women's March» по ряду сетевых параметров, анализ которых даст нам ключевые описания и характеристики ядра исследуемой социальной сети.

«Users_can_post» — параметр, который определяет, разрешено ли пользователям страницы публиковать посты на этой странице. 77 % страниц, входящих в ядро социального движения «Women's March», открыты для размещения контента пользователями платформы Facebook. При этом необходимо отметить, что в оставшиеся 23 % страниц, неразрешающих свободное размещение контента, входит страница, являющаяся официальным представительством движения в Facebook. Очевидно, такое ограничение было выбрано организаторами движения сознательно для более четкой координации контента и борьбы с троллями и флудерами. В противном случае на начальном этапе развития социального движения не удалось бы отсеять нецелевой контент, размещаемый пользователями. Это также поспособствовало тому, что в Facebook создавались страницы, посвященные анализируемому социальному движению с привязкой к территориям (городам и странам), эти

страницы порождали дискурс в рамках движения и учитывали местную специфику.

Рис. 1. Социальный граф — ядро сетевого движения «Women's March»

«Talking_about_count» — параметр, который определяет количество людей, обсуждающих эту страницу. Самыми обсуждаемыми страницами ядра социального движения являются «AJ+», «Greenpeace UK», «Women's March», «Ai-Media», «Global Citizen», «My Favorite F Word Is Feminism» (страницы указаны в порядке убывая количества упоминаний).

«Post_activity» — параметр, который определяет количество постов, размещенных за час. Он помогает определить центры генерации и распространения контента в социальном графе в совокупности с параметром «Fan_count», который показывает количество лайков, полученных

страницей. Центрами генерации контента в сетевом ядре социального движения «Women's March» являются пользователи страниц «My Favorite F Word Is Feminism», «Global Citizen», «Women's March CT — We March On», «AJ+», «Greenpeace UK», «Scientists for EU», «Un Altro Genere Di Rispetto», «NON UNA DI MENO», «FIFDH, Festival du Film et Forum International sur les Droits Humains», «NARAL Pro-Choice America» (страницы указаны в порядке убывая количества постов).

Центрами распространения контента в сетевом ядре социального движения «Women's March» выступают пользователи страниц «United Nations Human Rights», «Global Citizen», «Ai-Media», «Ecosia», «Women's March», «Greenpeace UK», «My Favorite F Word Is Feminism», «GLAAD» (страницы указаны в порядке убывая количества лайков).

«Category» — параметр, который определяет качественные характеристики объектов сетевого анализа. Исследуя сетевое ядро социального движения «Women's March» через свойство «Category», мы определяем типы сетевых объектов с точки зрения их организации и инициирования. Основная часть страниц сетевого ядра социального движения «Women's March»: 28 % — сетевые сообщества как зеркало офлайн-сообществ (например, «Birmingham March for Science»), 22 % — сетевые некоммерческие организации («Greenpeace UK»), 8 % — политические организации («Democrats Abroad Switzerland»), 8 % — общественные организации («Women's March Norway»).

Проведенный сетевой анализ социального движения позволяет проанализировать как структуру социального движения, так и особенности дискурса, который продуцируется в онлайн-пространстве и, в конечном счете, определяет социальные действия, осуществляемые офлайн и задающие вектор развития социально-политических систем.

Е. В. Ковалевская

ОБЩЕНИЕ СТУДЕНТОВ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

КОВАЛЕВСКАЯ Елена Викторовна — кандидат социологических наук, доцент кафедры психологии, социологии, государственного и муниципального управления, Российский университет транспорта (МИИТ), Москва, Россия.
E-MAIL: evkyand@yandex.ru

Аннотация. Проведен опрос среди студентов гуманитарных и экономических специальностей с целью выяснить отношение к общению в социальных сетях, для чего нужна социальная сеть, какое влияние оказывает социальная сеть на студента, сколько времени тратят студенты на общение в социальных сетях, расширяет ли социальная сеть их круг общения, есть ли у них зависимость от сети, отношение к дизайну сети. Выяснилось, что студены проводят много времени в социальных сетях, но это общение не всегда оказывает на них позитивное влияние.

Ключевые слова: интернет, социальные сети, общение в социальных сетях, студенты, информация, зависимость от сети.

Сегодня многие люди не могут представить себе жизнь без социальных сетей. Можно услышать и предположение о том, что социальные сети дают возможность создать истинно демократическую культуру для части общества, и даже большей части членов общества. Еще несколько лет назад невозможно было представить, что такой новый способ передачи и обмена мыслями может появиться и так быстро распространиться среди людей. Виртуальное общение через социальную сеть стало настолько необходимым для некоторых молодых людей, что им очень трудно отказаться от такой формы социального взаимодействия друг с другом. Часто можно услышать мнение, что такой тип общения очень удобен, потому что не хватает времени, а через социальную сеть намного быстрее и проще узнать все, что нужно в данный момент. Так, результаты опроса показали, что 63% студентов используют социальную сеть для общения с друзьями, для 69% респондентов социальная сеть необходима для получения разной информации, 48% студентов прослушивают в социальных сетях аудиозаписи, 39% студентов используют социальные сети для просмотра видео, 31% смотрят в социальных сетях фотографии и картинки, 30%

студентам социальные сети нужны, чтобы делиться эмоциями. Опрос проводился среди студентов московских вузов в апреле — мае 2016 г. Было опрошено 200 студентов.

Общение в социальных сетях можно назвать привычкой, которая настолько прочно укоренилась в жизни людей, что они порой подстраивают под нее свою жизнь. 21% студентов признались, что не могут совсем отказаться от общения в социальных сетях, 56% ответили, что могли бы при определенных обстоятельствах отказаться от общения в сетях, 23% сказали, что могут отказаться, но все же пока не отказались от этой формы общения.

Современные компьютерные технологии и интернет настолько прочно внедрились в нашу жизнь, что у некоторых людей возникает проблемы, связанные с зависимостью от интернета. Студенты активно используют социальные сети не только для общения, но и для поиска разного рода информации, поэтому мы попытались выяснить, чувствуют ли они, что зависят от социальной сети, можно ли назвать их стремление к общению в социальной сети интернет-зависимостью. 40% студентов ответили, что никакой особой потребности в общении в социальной сети они не испытывают. 33% ответили, что иногда могут обойтись без общения в социальной сети, а 27% студентов не задумывались об этом. Никто из опрошенных не сказал, что не может обойтись без общения в социальных сетях. Таким образом, все опрошенные студенты не обнаруживают у себя явные признаки интернет-зависимости.

Люди, и особенно молодые люди, стремятся к общению, но в реальной жизни порой бывает трудно найти собеседника, близкого по взглядам и душевному настрою, трудно узнать что-то о человеке и познакомиться с ним. Виртуальная среда социальной сети иногда помогает преодолеть эти препятствия, возможно, поэтому социальные сети популярны среди молодежи. На вопрос о том, что их больше всего привлекает в общении с людьми в социальной сети, 63% студентов назвали скорость обмена информацией. 31% опрошенных нравятся социальные сети за то, что дают возможность общаться в любое время. Для 16% молодых людей самым привлекательным является сам процесс общения, возможность говорить с другими людьми, то есть общение ради общения. 7% студентов ответили, что в сети их никто не перебивает, и можно сказать все, что захочешь и как захочешь. Для 5% респондентов общение в социальных сетях привлекательно, потому что только в сетях можно сказать все, что думаешь. 5% молодых людей интересуются интригами в социальных сетях. 2% студентов ответили, что их привлекает анонимность.

Процесс современного обучения предполагает и требует от каждого обучающегося свободно владеть компьютерными технологиями, с этим студенты успешно справляются, а социальные сети порой считают самым надежным поставщиком необходимой им информации, поэтому часто ищут все нужное в первую очередь там. На вопрос о том, что думают студенты о тех людях, которые не пользуются социальными сетями, только 5% ответили, что они много теряют, не общаясь в социальных сетях. Большинство студентов (72%) не думают об этом, им это безразлично. 23% студентов ответили, что одобряют поведение тех людей, которые не общаются в социальных сетях.

Несмотря на то что студенты не всегда открыто признаются, что посещают социальные сети, они все же проводят там достаточно много времени. Так, подавляющее большинство (80%) ответили, что ежедневно заходят в сети и общаются в социальных сетях. Только 3% студентов сказали, что общаются в социальных сетях не более одного раза в месяц. 9% опрошенных общаются в социальных сетях четыре-пять раз в неделю. Два-три раза в неделю общаются 5% студентов. Таким образом, можно сказать, что такой вид общения для студентов актуален, они не собираются от него отказываться.

Студентам был также задан вопрос о том, помогают ли им социальные сети расширить их круг общения. Только 10% ответили положительно, а 74% сказали, что социальные сети помогают им расширить их круг общения лишь отчасти. 16% студентов считают, что социальные сети не способствовали тому, чтобы их круг общения расширился.

Если общение в социальной сети становится привычкой, то интересно, как часто люди изменяют свои привычки. Студентам был задан вопрос, как часто они меняют социальную сеть. Большинство опрошенных студентов отличались постоянством. 79% опрошенных никогда не меняли социальные сети. 16% респондентов отвели, что меняют социальные сети, но делают это редко. Часто меняли свои социальные сети 3% студентов. Отличались непостоянством и признались в том, что очень часто меняют социальные сети, 2% студентов.

Социальная сеть как среда общения имеет свои отличительные особенности, среди которых большую роль играет и то, как оформлена эта среда. На вопрос о том, нравится ли дизайн той социальной сети, которую студент посещает, 38% опрошенных ответили, что дизайн сети им нравится. 56% студентов ответили, что «сойдет то, что есть». 3% студентов очень нравится дизайн их социальных сетей, столько же студентов (3%) отрицательно оценили дизайн своих социальных сетей.

Общение в социальных сетях имеет свою специфику. Конечно, людям при таком общении нужно грамотно и ясно излагать свои мысли, но все ли могут выполнить эти требования, особенно когда спешат с ответом, когда нет достаточных навыков письменного изложения своих мыслей? В личных беседах студенты часто рассказывают, что при общении в социальных сетях они довольно часто не обращают внимание на то, правильно ли пишут, не всегда соблюдают правила письменной речи. Поэтому студентам был задан вопрос, улучшается ли их знание русского языка при общении в социальных сетях. Только 2% студентов отметили положительные сдвиги в своих познаниях русского языка после общения в социальных сетях. 7% студентов пытаются удержаться на уровне требуемой от каждого уважающего себя человека грамотности с помощью автозамены, которая, как они считают, их обучает. 38% опрошенных ответили, что их познания в русском языке на улучшились при общении в социальных сетях. Немного больше половины студентов (53%) сказали, что общение в социальных сетях отрицательно сказалось на их знании русского языка.

К. А. Платонов, Д. И. Юдина

ТЕМАТИЧЕСКОЕ ПОЛЕ ДИСКУССИЙ ТРОЛЛЕЙ В НОВОСТНЫХ ГРУППАХ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»

ПЛАТОНОВ Константин Аркадьевич — кандидат социологических наук, социолог Центра моциологических и Интернет-исследований, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: pltnv@list.ru
ORCID: 0000-0001-9659-5894

ЮДИНА Дарья Игоревна — социолог Центра социологических и Интернет-исследований, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия.
E-MAIL: dartisimus@gmail.com
ORCID: 0000-0002-6603-0697

Аннотация. Интернет-тролли, или аномально активные пользователи, зачастую генерируют значительную долю контента в обсуждениях новостей. Главная цель представленного этапа исследования — выяснить, если ли какой-то общий паттерн в дискуссии, которую формируют интернет-тролли, или она складывается случайным, хаотичным образом. Для комплексного решения этой задачи авторы отобрали более 50 самых популярных новостных групп в социальной сети «ВКонтакте», выбрали среди комментаторов этих групп наиболее «подозрительные» аккаунты и проанализировали тексты, которые создают эти пользователи. Основным методом анализа на данном этапе исследования стала классификация тем комментариев при помощи специально созданного для этой цели словаря, в котором определена принадлежность каждого слова к конкретной теме обсуждения. Результаты первого этапа исследования позволили определить, что отличительной чертой дискуссии подозрительных пользователей стало преобладание политических и внешнеполитических тем по сравнению с остальными комментариями.

Ключевые слова: СМИ, онлайн-дискуссии, большие данные, социальные сети, анализ текста, ВКонтакте.

Благодарность. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-011-00988 «Структура бот-пространства онлайн социальных сетей: сетевой анализ».

Современные интернет-СМИ захватывают все новые аудитории за счет двух ключевых качеств — интерактивности и оперативности [Karlsson, Stromback, 2010]. Эти свойства делают их мощными дискуссионными площадками, оказывающими влияние на общественное мнение. Комментирование новостей в реальном времени становится одной из самых популярных форм общественного участия в онлайн-коммуникации [Ziegele, Breiner, Quiring, 2014]. В связи с этим особо интерны «представительства» ведущих интернет-СМИ в популярной российской социальной сети «ВКонтакте».

Актуальность данной тематики продиктована растущими рисками искусственного воздействия на общественное мнение с помощью агентов влияния. Существует большое число классификаций таких агентов, однако ключевые типы «подозрительных» аккаунтов — боты и тролли [Gorwa, Guilbeault, 2018]. Обе группы фиксируются по высокой активности относительно других пользователей, но если боты управляются алгоритмами и зачастую просто распространяют спам, то тролли создают осмысленный контент.

Целью данной статьи является оценка направленности влияния подозрительных пользователей (троллей) на публичные обсуждения в новостных группах социальной сети «ВКонтакте». Тестовый датасет составил более 1,4 млн комментариев из 50 популярных пабликов интернет-СМИ, оставленных пользователями в период с 24 декабря 2017 г. по 17 января 2018 г. Данные были собраны с помощью методов VK API [Список методов API, 2018].

Для анализа тематического поля дискуссий использовался словарь из 1322 слов, размеченный вручную по 47 темам, обозначающим различные предметные области обсуждения новостей. Термины для словаря были отобраны из 4000 наиболее часто встречающихся существительных и прилагательных по всему массиву комментариев. Также нами рассматривался вариант разметки глаголов и глагольных форм, но пока мы отложили этот вариант, так как тематики использования глаголов часто определяются именно словами, обозначающими предметы. По сумме частот размеченные слова составили примерно 60 % от всей совокупности существительных, прилагательных и глаголов, употребляемых в полученных текстах. Необходимо отметить, что словарь будет в дальнейшем пополняться новыми словами, также мы планируем провести более тщательную проверку валидности связи «слово — тема».

Чтобы определить, насколько сильно и в каком направлении подозрительные пользователи с высокой частотой комментирования влияют

на общее обсуждение тем, мы отобрали 15 самых активных комментаторов, чей аккаунт оказался похож на типичный для тролля: отсутствует личная фотография, мало друзей, плохо заполнена страница и т. д. Затем при помощи словаря были проклассифицированы все тексты, тексты каждого подозрительного аккаунта, тексты без комментариев троллей, тексты без комментариев троллей и комментариев, в которых другие пользователи обращаются к троллям. Последняя группа комментариев была отобрана на основе предположения, что подозрительные пользователи влияют на дискуссию не только через собственные тексты, но и через определенную провокацию других участников обсуждения.

После сбора классификаций комментариев была подсчитана разница в процентах по каждой группе текстов (см. табл. 1). Данные в таблице 1 отсортированы по последнему столбцу.

Таблица 1. ***Распределение тем в корпусе комментариев***

Темы	**% темы во всем корпусе**	**% темы среди троллей**	**% разницы между корпусом и троллями**	**% разницы между (корпус — трolли) и троллями**	**% разницы между (корпус — трolли — обращение к троллям) и троллями**
Ближний Восток	0,01	0,02	-0,004	1,395	1,392
Дети	1,62	0,64	0,980	1,001	1,014
СМИ	2,08	1,21	0,868	0,887	0,896
Образование	1,64	0,81	0,828	0,846	0,848
Общество	6,27	5,52	0,744	0,759	0,765
Президент	4,36	3,70	0,656	0,670	0,676
Медицина	1,05	0,47	0,586	0,598	0,606
Транспорт	1,80	1,22	0,582	0,594	0,603
Права и законы	2,86	2,28	0,574	0,586	0,598
Массовая культура	1,21	0,72	0,493	0,503	0,515
Бизнес	2,01	1,52	0,489	0,500	0,506
Религия	1,86	1,43	0,429	0,438	0,445
Наука	0,87	0,49	0,380	0,388	0,394
Преступность	3,85	3,51	0,339	0,347	0,365

Темы	% темы во всем корпусе	% темы среди троллей	% разницы между корпусом и троллями	% разницы между (корпус — тролли) и троллями	% разницы между (корпус — тролли — обращение к троллям) и троллями
Выборы	1,08	0,75	0,332	0,340	0,345
Здоровье	0,99	0,71	0,281	0,287	0,293
Силовики	1,12	0,88	0,242	0,247	0,252
Исполнительная власть	0,86	0,66	0,200	0,204	0,208
Экономика	14,34	14,15	0,194	0,198	0,176
Судопроизводство	0,34	0,17	0,164	0,168	0,170
Происшествие	0,31	0,19	0,120	0,122	0,125
Соцсети	0,24	0,14	0,106	0,108	0,108
Законодательная власть	0,23	0,14	0,093	0,095	0,096
Городская инфраструктура	0,16	0,09	0,063	0,064	0,065
Государственная структура	0,08	0,03	0,051	0,052	0,052
Африка	0,10	0,06	0,035	0,036	0,036
Закавказье	0,18	0,15	0,030	0,030	0,030
Экология	0,06	0,04	0,020	0,021	0,021
IT-индустрия	0,12	0,10	0,018	0,018	0,019
Международные организации	0,07	0,05	0,017	0,017	0,017
Гражданское общество	0,17	0,18	-0,011	-0,011	-0,010
Белоруссия	0,13	0,16	-0,026	-0,027	-0,027
Северная Африка	0,04	0,07	-0,028	-0,029	-0,030
Право	0,37	0,40	-0,033	-0,033	-0,034
Оружие	0,51	0,55	-0,041	-0,042	-0,042
Средняя Азия	0,22	0,40	-0,187	-0,191	-0,195
Спорт	1,50	1,74	-0,242	-0,247	-0,239
Политические партии	0,88	1,19	-0,314	-0,321	-0,318

Темы	% темы во всем корпусе	% темы среди троллей	% разницы между корпусом и троллями	% разницы между (корпус — тролли) и троллями	% разницы между (корпус — тролли — обращение к троллям) и троллями
Азия	1,12	1,48	-0,357	-0,364	-0,370
Внешняя политика	1,76	2,21	-0,446	-0,456	-0,467
Политическая идеология	1,29	1,79	-0,502	-0,512	-0,516
Европа	2,96	3,47	-0,519	-0,530	-0,541
Армия	3,23	3,82	-0,585	-0,597	-0,605
Политика	12,43	13,30	-0,866	-0,885	-0,896
США	3,62	5,07	-1,450	-1,482	-1,487
Язык ненависти	12,53	14,15	-1,621	-1,656	-1,659
Украина	4,06	6,36	-2,296	-2,346	-2,411

Среди самых первых тем в этом рейтинге очень мало связанных с политикой и тем более — с внешней политикой. Явными исключениями стали темы «Ближний Восток» и «Президент», причем присутствие первой, скорее всего, связано с очень низкой долей присутствия в общем корпусе комментариев и в связи с этим большей подверженностью случайным аномалиям. Вместе с этим самыми последними темами в рейтинге стали именно политика и особенно внешняя политика: «Украина», «США», «Европа». Полученные результаты говорят о том, что именно существенная политизация отличает дискуссию подозрительных аккаунтов от остального обсуждения.

Список литературы

1. Gorwa R., Guilbeault D. Understanding Bots for Policy and Research: Challenges, Methods, and Solutions. 2018. URL: http://comprop.oii.ox.ac.uk/research/academic-articles/understanding-bots/ (дата обращения: 14.03.2018).
2. Karlsson M., Stromback J. Freezing the flow of online news. *Journalism Studies.* 2010. 11(1). P. 2—19.

3. Ziegele M., Breiner T., Quiring O. What Creates Interactivity in Online News Discussions? An Exploratory Analysis of Discussion Factors in User Comments on News Items. *Journal of Communication*. 2014. Vol. 64. No. 6. P. 1111—1138.
4. Список методов API. URL: https://vk.com/dev/methods (дата обращения: 28.03.2018).

Б. Г. Вульфович

СЕТЕВОЕ СООБЩЕСТВО СЕГОДНЯ: РЕАЛЬНОСТЬ И ПЕРСПЕКТИВЫ

ВУЛЬФОВИЧ Борис Григорьевич — студент-магистрант 2 курса факультета романо-германской филологии, Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия.
E-MAIL: justb8888@gmail.com
ORCID: 0000-0002-7358-9819

Аннотация. В данной статье дается представление о сетевой вовлеченности современного социума. Вводится понятие «сетевое сообщество», которое активно распространено в современной жизни, и рассматривается этимология его появления. Также описываются сети, существующие в современном мире, и рассматривается их теоретическое преобразование в обозримом будущем.

Ключевые слова: сеть, социум, сообщество, группа, сетевое сообщество

Благодарность. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (Отделение гуманитарных и общественных наук) в рамках научного проекта № 18-011-00910 «Модели и практики управления политическим контентом в онлайн-пространстве современных государств в эпоху постправды» (2018—2020 гг., рук. Н. А. Рябченко).

Современное общество пронизано различными сетями — и речь идет не только о всем известных социальных сетях (хотя они занимают лидирующие позиции в привлечении масс), но и о всех иных видах отношений, реализуемых посредством сетей. Это не только разного рода интернет-группы, но также и пользователи локальных сетей, к примеру, которые также представляют собой сетевое сообщество.

Как считают М. Кастельс и Э. Киселева, «сетевое общество представляет собой социальную структуру, характеризующую, пусть и с большим разнообразием проявлений в зависимости от культурной и институциональной специфики, информационную эпоху развития общества» [Кастельс, Киселева, 2000: 23].

Любопытно, что сама ассоциация сети как предмета информационной эпохи развития общества стала своего рода метафорой всех значений сло-

ва «сеть» в русском языке и, более того, его текущее представление заимствовано из английского языка. Так, если обратиться к толковому словарю С. И. Ожегова и Н. Ю. Шведовой, то находим следующие дефиниции слова «сеть»: «1. Приспособление, изделие из закрепленных на равных промежутках, перекрещивающихся нитей, веревок, проволоки; 2. О множестве переплетенных, скрещенных черт, линий; 3. Система коммуникаций, расположенных на каком-н. пространстве; 4. Совокупность расположенных где-н. однородных учреждений, организаций» [Ожегов, Шведова, 2000: 714].

Сравнивая определение, приведенное М. Кастельсом и Э. Киселевой, мы приходим к выводу, что оно представляет собой своего рода образную смесь всех этих дефиниций в применении к интернету. Однако очевидно, что в русском языке данное понятие в его современном понимании еще чуждо, в то время как в английском языке наблюдается пятое значение этого слова, которое как раз напрямую и связано с интернетом: «Net — 1. A type of material that is made of string, thread or wire twisted or tied together, with small spaces in between; 2. A piece of net used for a particular purpose, such as catching fish or covering sth; 3. The frame covered in net that forms the goal; 4. The piece of net between the two players that the ball goes over; 5. The Internet (informal)» [Oxford Advanced Learner's Dictionary, 2010: 1026].

Однако еще более интересен тот факт, что для обозначения привычного нам русского понятия «компьютерная сеть» в английском присутствует слово «network», и именно оно является смысловым в интересующем нас значении. Помимо этого, можно заключить, что «net» — всего лишь разговорная форма слова «network», что свидетельствует о более раннем понимании слова «сеть» в компьютерном отношении на Западе. В русском же языке подобного отдельного слова не наблюдается.

Согласно Oxford Advanced Learner's Dictionary, слово «Network» имеет следующие значения: «1. A complicated system of roads, lines, tubes, nerves, etc. that cross each other and are connected to each other; 2. A closely connected group of people, companies, etc. that exchange information, etc.; 3. A number of computers and other devices that are connected together so that equipment and information can be shared; 4. A group of radio or television stations in different places that are connected and that broadcast the same programmes at the same time» [Oxford Advanced Learner's Dictionary, 2010: 1026].

Таким образом, понятие «компьютерная сеть», несмотря на свое существование в русской лингвокультуре свыше двадцати лет, пока еще не «признано» языком. С другой стороны, это объясняется тем, что само

развитие компьютерной науки пошло с Запада, откуда и произошла ныне используемая терминология.

«Сетевизация современного общества как глобальное явление проявляется в различных сферах. Фактором, обеспечивающим конкурентоспособность и производительность экономики, становится информационно-технологический базис. Социальная структура общества приобретает сетевые конфигурации, разнообразие которых обусловлено институциональной и социокультурной средой национальных государств» [Морозова, Мирошниченко, Рябченко, 2016: 85].

Действительно, все современное общество так или иначе делится на различные сетевые группы: все современные тренды имеют свою собственную нишу в сетевом мире: форумы, группу в социальных сетях, интернет-сайты и сообщества, а также группы поклонников, в которых возможна открытая коммуникация. Без подобной интеграции ни один вид современной деятельность не получает шанса на продолжительное существование, поскольку он не связан с «сетевизацией» общества.

Каковы перспективы развития сетевых сообществ? Принимая во внимание их стремительный рост, можно предположить, что человечество еще не раз сменит мессенджер, перейдет в другую социальную сеть или же будет проводить вечера в более удобной альтернативе Instagram.

Данными тенденциями в мире сетевых сообществ задан сам вектор для дальнейшего продвижения: все большая интеграция социума с сетями. Значительно ускорившаяся в последние годы НТР будет способствовать появлению новых путей реализации данных тенденций. Таким образом, человечество на современном этапе развития активно взаимодействует с миром сетей и сетевых сообществ, и данное направление будет развиваться далее. Возможно, будут меняться сами формы его воплощения, однако первоначальные цели и мотивы для существования останутся неизменными.

Список литературы

1. Кастельс М., Киселева Э. Россия и сетевое общество. Аналитическое исследование // Мир России. 2000. № 1. С. 23—51.
2. Морозова Е., Мирошниченко И., Рябченко Н. Фронтир сетевого общества // Наука. 2016. Т. 60. № 2.
3. Ожегов С. И., Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка. М. : Азбуковник, 2000. 944 с.
4. Oxford Advanced Learner's Dictionary. 8th ed. Oxford: Oxford University Press, 2010. 1796 p.

А. А. Шестакова

ЦИФРОВАЯ ЛИЧНОСТЬ: ГРАНИЦЫ И БАРЬЕРЫ КОММУНИКАТИВНЫХ ПРАКТИК В СЕТЕВОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

ШЕСТАКОВА Анастасия Андреевна — аспирант направления «Политические науки и регионоведение», Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия.
E-MAIL: hahu1993@mail.ru
ORCID: 0000-0003-3233-2029

Аннотация. В статье рассматриваются особенности поведенческих стратегий пользователей: граница между цифровыми «аборигенами» и цифровыми «иммигрантами», граница личного и публичного, граница онлайн и офлайн, граница навязанного и желаемого. Представленные стратегии определяют особенности взаимодействия в онлайн-пространстве и специфику размещения контента. В контексте изучения границ коммуникативных практик приведены кейсы, подтверждающие существование поведенческих особенностей цифровой личности. Делается вывод, что новое восприятие формирует иную реальность, и с появлением сетевого общества этот феномен перестал быть контролируемым, что требует его анализа и проработки.

Ключевые слова: сетевое общество, онлайн-пространство, интернет, сетевок взаимодействие, коммуникативные практики

Благодарность. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (Отделение гуманитарных и общественных наук) в рамках научного проекта № 18-011-00910 «Модели и практики управления политическим контентом в онлайн-пространстве современных государств в эпоху постправды» (2018—2020 гг., рук. Н. А. Рябченко).

Развитие информационно-коммуникационных технологий породило иное понимание идентичности с позиции сетевого взаимодействия. Онлайн-социальные сети стали неотъемлемым инструментом коммуникативных практик, влияющих на формирование идентичности, конструирование имиджа личности, выстраивание социальных привычек. В этом контексте наблюдается тенденция возникновения или невозникновения

условных границ и барьеров с целью коррекции поведенческих стратегий пользователей.

Граница между цифровыми «аборигенами» и цифровыми «иммигрантами». В этом контексте стоит рассмотреть два вида цифровой личности: те, кто уже существовал в онлайн-коммуникациях, и те, кто пришел в эту среду [Чудова, Пироцкая, 2017].

Граница личного и публичного. Вопрос о дихотомии личного и публичного проявляется в размывании границы между двумя этими состояниями и обуславливается поведенческими стратегиями личности в социальных сетях. Поведенческая особенность заключается в позиционировании своей личной жизни в публичном онлайн-пространстве, где личное становится публичным. В качестве примера рассмотрим кейс в форме вирусного сетевого действия, представляющий выражение личной проблемы жертв сексуального насилия «Я не боюсь сказать» — акции, которая стартовала в июле 2016 г. в социальной сети Facebook под «хэштегом» #Янебоюсьсказать. Вирусная акция была поддержана достаточно большим кругом пользователей и средствами массовой информации. Размытость границы между значимой проблемой и личной жизнью пользователя вызвала неоднозначный отклик со стороны пользователей сети и ознаменовала появление дискуссий о допустимости и недопустимости обозрения интимных деталей в общественном пространстве. Этот факт позволяет фиксировать сдвиги публичного и частного в современном информационном пространстве, а также определять важность практики самопрезентации пользователей социальных сетей. Многие индивидуальные заявления о личной жизни, объединенные общей идеей, заставляют нас переосмыслить разделение на видимое и невидимое, публичное и скрытое. Подобное вирусное действие вписывается в повседневную практику рассказывания личной жизни, но в то же время демонстрирует социокультурное значение личности [Пронкина, 2016].

Граница онлайн и офлайн. Онлайн- и офлайн-практики — это две части большого социального пространства, в котором существуют социальные объекты: люди, группы людей, предприятия, сообщества. Эти объекты продуцируют социальные практики в двух парадигмах действительности. Представим в офлайн-пространстве подростков, играющих в футбол, тем самым производящих социальную практику, взаимодействуя друг с другом. Но эта социальная практика имеет определенный потенциал влияния на вторую часть, на онлайн-действительность. Какой потенциал влияния на онлайн-пространство у подростков, играющих

в футбол? Будем считать, что нулевой, но все же он есть. Возьмем другую практику — глобальную онлайн-платформу по поиску людей «Лиза Алерт». Здесь мы видим иной потенциал влияния, поскольку социальное действие выходит за пределы онлайн-пространства конструктивным последействием. Социальное действие имеет разный потенциал влияния на другую часть. Являются ли онлайн-пространство и офлайн-пространство неразрывными платформами взаимодействия или это все же разные реальности действительности? В этом контексте мы сталкиваемся с совершенно новым явлением, заключающимся в проявлении диффузии между состоянием пользователя в онлайн- и офлайн-среде. Происходящие процессы перетекают из сетевой среды в реальную среду, трансформируя происходящие процессы посредством конструктивных или деструктивных практик социального действия. Примером такого феномена служат онлайн-платформы, сообщества, группы, деятельность которых выходит за рамки сетевых практик. Офлайн-пространство формирует запрос, который переходит в онлайн-взаимодействие и может обратно выходить в офлайн.

Граница навязанного и желаемого. Поисковые платформы и социальные сети контролируют желания пользователей с помощью таргетинга. Совершая запрос в поисковой онлайн-платформе, к примеру, о программе кандидата в президенты К. А. Собчак, в будущем пользователь при запросе, связанном с политикой, будут получать в результатах партию «Гражданские инициативы». Тем самым пользователи невольно оказываются в образном вакууме, так называемом пузыре фильтров, контролирующем границы запросов. Из пузыря фильтров пользователи попадают в «эхо-камеры» [Келли, 2017], прислушиваясь к одним и тем же информационным потокам, навязывающим одну и туже точку зрения на социальные явления. И здесь два варианта развития событий. 1) Пользователь остается в информационном коконе «эхо-камеры» с замкнутой системой информационных потоков, в которую не попадают альтернативные сведения. При этом сценарии пользователь, слепо верящий навязанным информационным каналам, будет оставлять резкие комментарии под такими новостями. 2) Пользователь остается в «спирали молчания», не предполагающей выражения собственного отношения к той или иной проблеме, по причине страха оказаться в меньшинстве, так как боится возмездия или изоляции (игнорирования).

В рамках сетевого общества разные объекты подвержены трансформации. Эти изменения происходят как с самой личностью, ее восприяти-

ем, иным видением определенных обстоятельств, так и с действиями этой личности. Новое восприятие формирует иную реальность, и с появлением сетевого общества этот феномен перестал быть контролируемым, что требует его анализа и проработки.

Список литературы

1. Келли К. Неизбежно. 12 технологических трендов, которые определяют наше будущее. М., 2017. С. 197—202.
2. Пронкина Е. С. Режимы публичности и приватности в социальных медиа // Знание. Понимание. Умение. М., 2016. № 4. С. 315—319.
3. Чудова И. А., Пироцкая А. В. Изучение социальных сетей в перспективе поколений // ИНТЕР. 2017. Т. 1. № 14. С. 62—71.

Е. В. Тихонова

КОМАНДНЫЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В ВИРТУАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ ИНТЕРНЕТ

ТИХОНОВА Елена Викторовна — доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры социологии и психологии управления, Государственный университет управления, Москва, Россия.
E-MAIL: evt16@rambler.ru

Аннотация. В современном мире компьютерных технологий разнообразие компьютерных игр постоянно увеличивается, а сами игры давно не ограничиваются рамками развлечений — например, используются в целях образования в форме обучающих компьютерных программ и тренингов, деловых игр, компьютерного тестирования и т. п. Как специфический инструмент обучения онлайн-игры требуют слаженной работы всех участников игры в специфическом виртуальном пространстве, что возможно лишь при условии создания эффективно действующей команды. Межличностные взаимодействия в командных онлайн-играх реализуются в виртуальной социальной среде и представляют собой систему опосредованных совместных действий геймеров, приобретающих устойчивый характер и успешно переносящихся в реальный мир. Значительные потенциальные возможности использования онлайн-игр для формирования оптимальной микросреды реальной командной деятельности определяют научно-практический интерес к данной проблематике.

Ключевые слова: интернет, онлайн-игра, команда, виртуальная среда, социальные взаимодействия

Мир онлайн-игр испытывает такую же потребность в командной работе, как и бизнес-среда, при этом цель одинакова для всех — повышение производительности при тех же ресурсах, либо наоборот их уменьшении. В виртуальном социальном пространстве процесс командообразования практически не изучен, поскольку существует стереотип бесполезности таких игр как социального феномена, не говоря уже о внутренних процессах [Уэйд, Бек, 2008]. Причиной возникновения такого стереотипа послужило малое количество исследований при их узкой проблемной направленности. Хотя основные принципы командообразования четко

сформулированы в многочисленных управленческих концепциях, в виртуальной социальной среде они практически не работают в той мере, как в реальности. Анонимность общения, отсутствие социально-психологических барьеров (возраст, статус, образование и т. д.), раскрепощение личности и ее творческих возможностей — все это позволяет безболезненно в отношении мнения о себе со стороны окружающих апробировать игровой предмет и себя. Эти отличные от реальности черты вносят изменения в основу командообразовательных процессов, что доказывает необходимость проведения теоретических и практических исследований в области командообразования в виртуальном социальном пространстве.

Целью проведенного исследования стало выявление основных характеристик межличностных взаимодействий в виртуальном социальном пространстве. При этом в качестве основных задач выступало определение объективных и субъективных факторов участия игроков онлайн-команд и возможности использования виртуального опыта игроков в организации реальной командной деятельности. В исследовании участвовали 75 % респондентов мужского и 25 % женского пола. Из них в возрасте до 15 лет — 6,9 %, от 15 до 24 лет — 59,7 %, от 24 до 30 лет — 22,2 %, старше 30 лет — 11,1 % (N=72). При построении выборки использовался метод «снежного кома». Сбор первичных данных осуществлялся методом онлайн-анкетирования.

Структура выборки опровергает сложившийся стереотип о преобладании молодежи среди виртуальных игроков. Более трети респондентов старше 25 лет, то есть являются состоявшейся личностью, получили профессиональное образование, участвуют в социальной жизни. Большинство из них относится к достаточно материально обеспеченной стратификационной группе, имеет высокий социальный статус и выполняет сложные обязанности руководителя собственного бизнеса или топ-менеджера крупной компании. Лишь 7 % увлекающихся командными играми — подростки. Все участники опроса имеют большой игровой опыт, являются активными членами виртуального сообщества и проводят в среднем в игре от 7 до 12 часов в неделю. Интересно, что подростковая аудитория предпочитает одиночные игры, практически все участники опроса старше 30 лет выбирают командные игры.

Основная часть респондентов (61,1 %) допускает изменение в составе команд, если это не затрагивает ядро — сложившуюся систему взаимодействий центральных игроков, от действий которых во многом зависит эффективность игрового процесса. Более трети опрошенных (36,1 %)

играют с постоянными партнерами, с которыми сложились устойчивые отношения, распределены командные роли, а результат совместной деятельности достаточно предсказуем. Таким образом, результаты исследования отражают стремление членов виртуального сообщества к созданию и поддержанию устойчивых связей с партнерами по онлайн-играм. Этот вывод подтверждается тем, что 37,5% игроков поддерживают контакты с партнерами в режиме онлайн, 29,2% встречаются в неформальной обстановке, а 15,3% реализуют совместные проекты в реальном бизнесе.

В процессе игры члены виртуальных команд нацелены не только на достижение определенного результата (55,6%), но прежде всего — на сам процесс игры (70,8%), в котором происходит общение с партнерами, установление психологических связей, приобретение новых друзей и, как итог, формирование ингруппы. Именно эти мотивы определяют всю структуру межличностных взаимодействий в устойчивой интернет-команде. Интересно, что лишь 2,8% респондентов отметили, что учатся действовать в конкурентной среде. Этот показатель опровергает устоявшийся стереотип о высокой конкуренции среди игроков в виртуальных командах.

Данный вывод подкрепляется ответами респондентов о качествах членов виртуальных команд, на которых строятся межличностные взаимодействия, — адекватность (54,1%), коммуникабельность (52,7%), интеллект (60,2%) и чувство юмора (37,5%). В командных онлайн-играх геймеры приобретают навыки сотрудничества (48,6%), соотнесения личных и командных интересов (40,3%), умение считаться с мнением членов команды (30,6%). Эти качества признаются важнейшими не только для достижения игровых целей, но и для повседневной жизни. Такая позиция подтверждает предположение о стремлении большей части командных игроков не столько к непосредственной игровой деятельности, сколько к включению в соответствующую ингруппу. Неслучайно признание других игроков (26,3%) непосредственно связано с сильными эмоциями, получаемыми во время игры (30,6%). Корреляция между этими показателями статистически значима ($r=0,6$).

Результаты исследования показывают, что большая часть респондентов надеется использовать полученный ими опыт в онлайн-играх в условиях реальной командной работы (50%), а 25% уже используют этот опыт в своей работе. Мы считаем полученные результаты крайне важными, поскольку они вступают в противоречие с устоявшимся мнением о вреде и бесполезности виртуальных игр и неизбежно формирующейся

зависимостью от них. Проведенное исследование позволяет выявить позитивные моменты такой деятельности. В частности, контакты, установленные в виртуальном пространстве, используются в реализации совместных проектов, неформальном общении, для создания ингрупп единомышленников, которые взаимодействуют не только в интернете. То, что виртуальные команды приобретают все большую значимость для бизнеса, доказывает тот факт, что западные компании начинают все чаще их использовать, а отечественные бизнес-тренеры проявляют повышенное внимание к применению методов обучения командным взаимодействиям с использованием виртуальной среды.

Эффективность использования потенциала виртуальных команд в реальных бизнес-процессах зависит от качества методического обеспечения их работы, которое, в свою очередь, требует дополнительных исследований.

Список литературы

Уэйд М., Бек Д. Доигрались! Как поколение геймеров навсегда меняет бизнес-среду. М.: Претекст, 2008. 252 с.

Ю. А. Петровская

ФОРМИРОВАНИЕ ИННОВАЦИОННОЙ ЛИЧНОСТИ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОЙ РЕВОЛЮЦИИ КАК НАУЧНАЯ И СОЦИАЛЬНАЯ ПРОБЛЕМА

ПЕТРОВСКАЯ Юлия Александровна — кандидат социологических наук, и. о. заведующего, доцент кафедры социологии и социальной работы, Петрозаводский государственный университет, Петрозаводск, Россия.
E-MAIL: julia_petrovskaya85@mail.ru

Аннотация. В эпоху тектонических социальных сдвигов социологическая наука все более нуждается в обращении к онтологическим основам социологии и новом взгляде на социальные феномены, лежащие в основе социологической теории с учетом интенсивных социальных изменений, происходящих в обществе XXI века. Необходим новый подход к анализу инновационной личности как социального типа, сущность которой в социологической науке четко не определена. Формирование инновационного типа личности как массового явления в России представляет собой актуальную социальную проблему и важнейшее условие форсированного технологического «рывка» и перехода страны на инновационный путь развития. Рассуждения автора ведутся в контексте синергетического подхода к анализу социально-экономических процессов, теорий ускорения инновационных циклов. Рассматривать инновационную личность можно и нужно с разных позиций: с точки зрения обладания определенными качествами, которые могут быть применены в особых сферах жизнедеятельности максимально эффективно, а также с точки зрения принадлежности к инновационной цивилизации, инновационному обществу, обладания инновационным складом ума в соответствии с требованиями технологического уклада. Второй подход приводит к выводу о том, что инновационную личность необходимо изучать в цивилизационном контексте с точки зрения этапа социального и технологического развития, на котором находится конкретное общество.

Ключевые слова: инновационная личность, социальный тип, технологическая революция, технологический уклад, общество информационных технологий

В условиях современной цивилизации движущей силой выступают инновационные технологии и институциональные изменения, происходящие во всех сферах общественной жизни в связи с технологическим развитием [Яковец, 2004]. Глобальные тенденции инновационного развития в XXI веке отражают основные тенденции циклического развития мировой экономики и ее инновационной составляющей, поэтому анализ генезиса и логики развития этих циклов может опираться на теорию длинных волн Н. Д. Кондратьева, теорию инноваций Й. Шумпетера, неоклассическую теорию инноваций, системную парадигму экономической теории, а также теорию ускорения инноваций и др. [Корнаи, 2002; Hayek, 1935; Lange, 1936; Mises, 1981; Polanyi, 2001; Shumpeter, 1942].

В условиях радикальных социальных изменений ученые выражают обеспокоенность судьбой социологической науки. С целью обеспечения дальнейшего развития социологии Р. Дженкинс предлагает по-новому взглянуть на ее роль в современном мире, на имеющийся у нее целый арсенал базовых концептов и методов для своевременного документирования и анализа человеческого мира в его изменениях [Дженкинс, 2015]. В условиях все более ускоряющейся смены инновационных циклов, массовой цифровизации, конвергенции и синергии NBIC-технологий, высокой степени вмешательства человека в естественный ход событий, наука все более нуждается в своевременном осмыслении происходящих социальных процессов и обращении к вопросам о природе явлений, лежащих в основе социологической теории.

Одним из таких вопросов является вопрос о природе и основных характеристиках инновационной личности как социального типа. Подход, основанный на вычленении отдельных личностных качеств, малоперспективен для глубокого понимания этого феномена. Инновационная личность должна рассматриваться в контексте цивилизации, с точки зрения принадлежности к инновационному обществу и обладания инновационным складом в соответствии с уровнем технологического развития общества на определенном историческом этапе. В обществе на каждом этапе технологического развития формируются собственные представления об инновационной личности, ее характеристиках, способах формирования. По мере смены технологических укладов эти представления меняются. В обществе XXI века инновационный тип личности советской эпохи, сформировавшийся в условиях инженерной революции 1930-х годов, давно утратил свою актуальность.

Сегодня инновационное общество — общество создания и массового непрерывного применения новых продуктов и технологий в различных отраслях жизнедеятельности, требующее неразрывной связи государственных приоритетов, науки, бизнеса и потребителей инноваций, участвующих во всех этапах инновационного процесса. Общество испытывает потребность в людях абсолютно нового типа и инновационного склада, а не просто людях, непрерывно создающих инновации. Для российского общества массовое становление инновационной личности в XXI веке и проникновение ее как типа во все сферы общественной жизни становятся условием, дающим возможность стать инновационным. Эта траектория нуждается в глубоком понимании ее социально-исторических, идеологических предпосылок и сущностных характеристик, поскольку в России с большим опозданием по сравнению с западными странами формируются условия для перехода на инновационный путь развития. Одной из методологических проблем является проблема установления прочной связи между сферой научно-исследовательских разработок и реальными потребностями общества в сфере производства, образования, социальных технологий и др. Среди условий, влияющих на эффективность этого процесса, безусловно, наличие определенных организационных структур, включающихся в инновационное пространство. Однако, по мнению В. Н. Шевченко, ключевым аспектом все-таки являются люди, способные профессионально осуществлять эту взаимосвязь [Шевченко, 2010]. Таким образом, возникновение инновационной личности и выделение ее как особого социального типа не совпадают со сложившимися ранее подходами к социальной типологии личности.

В нашей стране направления инновационной политики определены Стратегией инновационного развития РФ до 2020 г. Поэтапная реализация Стратегии призвана «перевести страну на инновационный путь развития», а в долгосрочной перспективе — обеспечить высокий уровень благосостояния населения и закрепить геополитическую роль страны как одного из лидеров, определяющих мировую политическую повестку дня [Стратегия…, 2011]. Таким образом, сам стратегический документ формирует противоречие. Сначала предполагается переход на инновационный путь, а в долгосрочной перспективе — обеспечение высокого уровня благосостояния населения, что, в общем, невозможно одно без другого, ибо невозможно сформировать инновационную личность без понимания и веры населения в социальный эффект инноваций. Каждым конкретным индивидом должно быть понято и принято то, что иннова-

ционное развитие общества влечет за собой повышение уровня социального благополучия населения в широком понимании этого термина.

В российском обществе существует объективная потребность в развитии креативного начала в человеке, которое в любой сфере общественной жизни встречает сопротивление, что объяснимо с точки зрения традиций, социального и исторического опыта российского общества [Мухаметшина, 2017]. Несомненным преимуществом россиян является достаточно высокий уровень образования [Доклад о человеческом развитии, 2016], который, однако, еще не дает оснований определить интеллектуальный уровень. Общество зачастую запрашивает широкий спектр знаний и умения их применить в самых непредсказуемых вариациях. Инновационная личность должна быть способна и готова жить и осуществлять инновационную деятельность в условиях постоянного риска. Это, с нашей точки зрения, и есть социальная зрелость в контексте инновационного общества, напрямую связанная с личной мотивацией, осмысленной готовностью принимать на себя риск и мобилизовать все имеющиеся ресурсы для достижения цели, мотивацией к интенсивной интеллектуальной работе, работе в рамках коллективного субъекта инновационной деятельности. Кроме того, как показывает мировой опыт, инновационная среда должна «созреть». Для этого требуется время.

Список литературы

1. Дженкинс Р. Что ждет социологию: вымирание, застой или эволюция? // Социологические исследования. 2015. № 3. С. 11—21.
2. Доклад о человеческом развитии 2016 // United Nations Development Programme. URL: http://hdr.undp.org/sites/default/files/hdr_2016_report_russian_web.pdf (дата обращения: 22.08.2017).
3. Корнаи Я. Системная парадигма // Вопросы экономики. 2002. № 4. С. 4—22.
4. Мухаметшина Е. Мы поняли, что советский человек никуда не уходит // Ведомости. 24.07.2017. URL: https://www.vedomosti.ru/politics/characters/2017/07/24/725468-sovetskii-chelovek (дата обращения: 22.08.2017).
5. Стратегия инновационного развития Российской Федерации на период до 2020 года: утв. распоряжением Правительства РФ от 08.12.2011 г. № 2227-р. // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru (дата обращения 30.12.2017).

6. Шевченко В. Н. Инновационная личность как социальный тип // Научные ведомости. Серия Философия. Социология. Право. 2010. № 2 (73). Т. 11. С. 37—50.
7. Яковец Ю. В. Эпохальные инновации XXI века. М. : Экономика, 2004. 439 с.
8. Hayek F. Collectivist Economic Planning. Amsterdam: North-Holland, 1935. 308 p.
9. Lange O. On the Economic Theory of Socialism // Rev. of Economic Studies. 1936. No. 4 (2). P. 123—142.
10. Mises L. Socialism. An Economic and sociological Analysis. Indiapolis: Liberty, 1981. 600 p.
11. Polanyi K. The Great Transformation: The Political and Economic Origins of Our Time. New York: Beacon Press, 2001. 360 p.
12. Schumpeter J. Capitalism, socialism and Democracy. New York: Harper & Row, 1942. 381 p.

Управление и образование: социологический ракурс

В. И. Гостенина

КОММУНИКАТИВНО-ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНОГО РИСКА

ГОСТЕНИНА Валентина Ивановна — доктор социологических наук, профессор, исполняющая обязанности заведующего кафедрой социологии и социальной работы, Брянский государственный университет им. академика И. Г. Петровского, Брянск, Россия.
E-MAIL v.gostenina@yandex.ru
ORCID: 0000-0002-8487-6418
РИНЦ ID: 302320

Аннотация. Исследование технологии мониторинга прессы представлено на примере информационного бюллетеня «Вестник. Труд и занятость» управления государственной службы по труду и занятости населения Брянской области. Исследован массив информационных данных печатного канала, разработан комплекс показателей, обеспечивающих целостное представление о состоянии информационного поля бюллетеня, определен ранг читательской аудитории (нуждающейся в трудоустройстве), на интересы которой направлена публикационная активность бюллетеня. Систематизирована информация о состоянии и развитии информационного бюллетеня, его влияние на информационное обеспечение аудитории, проанализирована потребность в кадрах и возможность трудоустройства. Взаимосвязь критериев установлена методом Спирмена и определен характер корреляционной зависимости. Исследование подтвердило возможность широты применения корреляционного анализа в гуманитарных науках. Любая социологическая проблема — это явление, зависящее от большого числа причин, которые действуют с разной силой. Сила влияния одной переменной на другую, как правило, представляет один фактор, в то время как на зависимую величину влияют и многие другие, чем и обуславливается характер корреляционной зависимости. В представленном исследовании, в частности, использован коэффициент ранговой корреляции Спирмена. Разработан инструментарий, рассчитан коэффициент корреляционной зависимости, что позволило сформировать «корреляционное облако», которое является вспомогательным средством анализа выборочных данных, а расположение точек и предварительный вывод

о форме и характере данных привел исследователей к выводу об удовлетворительности статистической взаимосвязи между переменными, т.е публикационными материалами и числом трудоустроенных. Мониторинг позволил получить обширные данные по направленности публикационной активности для различных сегментов целевой аудитории и стал основанием для принятия управленческих решений. Это подтвердило значение метода для организации исследований в области социологии управления.

Ключевые слова: корреляционная зависимость, коэффициент Спирмена, рынок труда, мониторинг прессы, трудоустройство, критерии корреляции

Рынок труда как зона социального риска предполагает не только исследование и характеристику рисков и рискогенных факторов для населения, но и создание информационных условий для формирования целостного представления о его состоянии, в том числе информирование населения с помощью различных каналов. Печатные издания в регионе остаются важным средством получения информации, особенно для широких категорий населения из числа безработных граждан.

Для создания целостного представления о состоянии рынка труда определенного региона в условиях различных социальных рисков выделим информационные и коммуникативные технологии влияния на ситуацию как наиболее значимые в технологиях управления.

В частности, состояние рынка труда зависит не только от экономических критериев и показателей занятости населения региона, но и в равной мере обозначено состоянием информированности населения. В эмпирической социологии информация часто подвергается корреляционному анализу (от лат. correlatio «взаимосвязь»). Корреляционная зависимость раскрывает зависимость двух или более величин и сводится к поиску связи между ними. С помощью анализа фиксируется связь и степень ее выраженности. Силу и напряженность взаимосвязанных величин отражает коэффициент корреляции, его принято располагать в «облаке значений» от +1 до −1. Сила связи зависит от близости значения к единице. Чем ближе к единице располагается показатель связи, тем более сильной считается связь между величинами. Нулевое или близкое к нему значение свидетельствует об отсутствии связи.

Корреляционная зависимость информированности населения и состояние трудоустройства и, соответственно, занятости отслежены с по-

мощью корреляционной зависимости по результатам исследования, предпринятого Брянским государственным университетом в 2016 г. Взаимозависимость тематики статей, представленных в бюллетене «Вестник. Труд и занятость», и количеством трудоустроенных граждан рассчитана методом Спирмена.

Исследовательский массив публикаций в период с 2015 г. по 2016 г. составил 70 публикаций из 11 выпусков информационного бюллетеня. 40 (25 %) публикаций представляют интерес для трудоустройства и являются актуальными для молодежи и школьников, 17 (11 %) предназначены для трудоустройства социально незащищенных граждан, 27 (17 %) направлены на решение проблем безработных граждан, 4 (2 %) информируют о возможности трудоустройства пенсионеров, 28 (17 %) представляют интерес для работодателей, 17 (11 %) — для работающего населения, 2 (1 %) — для администрации высших учебных заведений, 13 (8 %) — для муниципальных органов власти, 10 (6 %) — для профсоюзных организаций, 2 (1 %) — для мигрантов, 2 (1 %) — информация о возможностях трудоустройства женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком.

Рис. 1. Классификация информационных материалов, направленных на ранг нуждающихся в трудоустройстве

15 (~21,5%) статей представляют профориентационные материалы, 15 (~21,5%) связаны с охраной труда, 17 (~24%) рассматривают социально-трудовые отношения, 14 (~20%) статей направлены на защиты от безработицы, 9 (~13%) информируют о ситуации на рынке труда.

Целевая направленность публикаций, объединенных в таблицу рангов (рассчитана на ранг нуждающихся в трудоустройстве), представлена на рисунке 2.

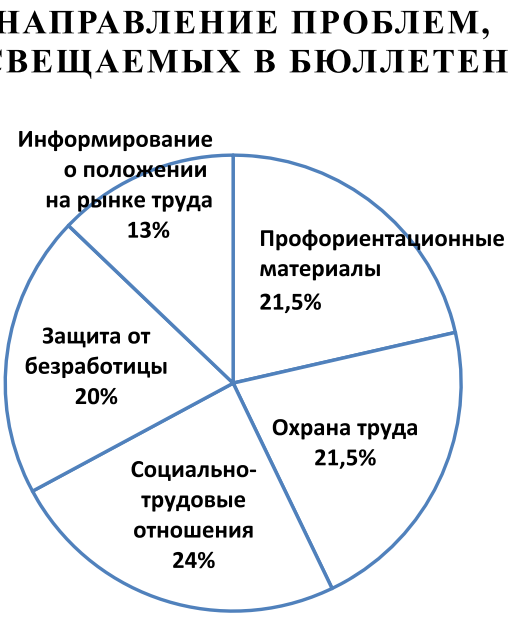


Рис. 2. Критерии сегментации информационных материалов

Технология расчета. Цель мониторинга заключалась в создании информационных условий для формирования целостного представления об информационном бюллетене и его роли в информировании о состоянии рынка труда и занятости населения Брянской области. Задачи мониторинга:

— Выработать комплекс показателей, обеспечивающих целостное представление со стороны читателей разного ранга о состоянии рынка труда.
— Систематизировать информацию о состоянии и развитии информационного бюллетеня.

Проранжируем данные в порядке их убывания и найдем квадраты разности соответствующих рангов. Для удобства эти действия лучше производить в таблице (все расчеты осуществлялись в программе Microsoft Excel). Так как $r_s = 0{,}5$, мы можем сделать вывод о том, что связь между признаком «*y*» и фактором «*x*» умеренная и прямая.

Полученный результат можно считать удовлетворительным, мы можем говорить о наличии статистической взаимосвязи между переменными, однако проблема заключается в интерпретации значений этой взаимосвязи.

Таким образом, корреляционный анализ является удобным инструментом, позволяющим значительно расширить имеющиеся данные. Он способен сделать теоретическое мышление более эффективным, однако применять его необходимо осмысленно. Вместе с тем корреляционный анализ не способен заменить специальные знания. Основным минусом методики является сложность интерпретации и поиск причинно-следственных связей.

Г. П. Зинченко, Я. Г. Зинченко, Е. Н. Тищенко

ОЦЕНКА СОЦИАЛЬНО-ИНЖЕНЕРНЫХ КОМПЕТЕНЦИЙ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ

ЗИНЧЕНКО Геннадий Павлович — доктор философских наук, заведующий кафедрой социологии, Южно-Российский институт — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Ростов-на-Дону, Россия.
E-MAIL: gennadij-zinchenko@yandex.ru

ЗИНЧЕНКО Ярослава Геннадиевна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, Южно-Российский институт — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Ростов-на-Дону, Россия.
E-MAIL: yasya-z@yandex.ru.

ТИЩЕНКО Евгения Николаевна — кандидат социологических наук, главный специалист отдела отбора и аттестации кадров управления по кадровой работе Правительства Ростовской области, Ростов-на-Дону, Россия.
E-MAIL: kopylovassk@yandex.ru

Аннотация. Обосновывается значимость оценок социально-инженерных компетенций, увязанных с основными стадиями управленческого цикла. Рассматриваются сильные и слабые стороны этих компетенций. На основе анализа потребностей гражданских служащих в формировании таких компетенций ставится проблема развития способностей специалистов к стратегическому развитию поселений и организаций.

Ключевые слова: социально-инженерная компетенция, показатели оценки, потребности формирования компетентностей

По мере развития социального государства в России, его регулятивных способностей возрастает роль социально-инженерных компетенций гражданских служащих. В целях их оценки в феврале-марте 2018 г. нами проведено социологическое исследование. В нем приняли участие 50 специалистов, 10 руководителей и 8 экспертов органов исполнительной власти Ростовской области. Применялись методы моделирования, анкетирования и наблюдения.

Для разработки модели социально-инженерных компетенций была использована концепция управленческого цикла М. Маркова, разбитого на ряд процедур и операций. Каждая процедура (дело) представляет собой компетенцию, а каждая операция (действие) — компетентность.

Так, процедура целеполагания означает компетенцию «социально-исследовательская деятельность», процедура разработки и принятия решения — компетенцию «социально-конструкторская деятельность», процедура организации исполнения решения — компетенцию «организационно-технологическая деятельность», процедура мониторинга реализации решения — компетенцию «контрольно-аналитическая деятельность».

Обобщенные результаты диагностики социально-инженерных компетенций гражданских служащих представлены в таблице.

Таблица 1. ***Результаты диагностики социально-инженерных компетенций гражданских служащих***

№ п/п	Процедуры (компетенции)	Операции (компетентности)	Средняя самооценка	Средняя оценка
1	Формулирование цели социально-экономического развития региона (отрасли)	Диагноз	1,66	1,83
		Предвидение и прогноз	1,78	1,72
		Формулирование конечной цели	1,82	1,50
		Стратегия действия	1,66	2,11
		Тактика решения конкретных задач	1,82	1,94
2	Разработка и принятие решения	Проектирование	1,74	1,94
		Программирование	1,6	1,72
		Планирование	2,00	2,22
		Принятие решения	1,84	2,28
3	Организация выполнения решения	Распределение задач между исполнителями	1,72	2,11
		Координация и регулирование процесса исполнения	1,78	2,00
		Соблюдение технологических требований	1,8	1,56
4	Мониторинг реализации решения	Сопоставление запланированных и достигнутых результатов	1,76	2,11
		Выявление новых проблемных ситуаций	1,82	1,89
		Первоначальное формулирование новой цели	1,68	1,72

Самооценка и оценка уровня владения операциями определялись по четырехбалльной шкале:

— нулевой уровень (0) — не применяю;
— базовый уровень (1) — понимаю;
— квалифицированный уровень (2) — применяю;
— экспертный уровень (3) — могу научить.

В результате исследования выявлен любопытный факт: оценки уровня владения операциями управленческих процедур в целом выше самооценок. Такое соотношение оценок и самооценок свидетельствует об адекватности саморефлексии специалистов гражданской службы. Обычно они показывают завышенные самооценки.

Материалы исследования дают представление о сильных и слабых сторонах социально-инженерных компетенций. К первым относятся оценки *квалифицированного* уровня проявления поведенческих индикаторов. В их числе применение таких операций, как «стратегия действия» (первая компетенция), «планирование» и «принятие решения» (вторая компетенция), «распределение задач между исполнителями» и «координация и регулирование процесса исполнения» (третья компетенция), «сопоставление запланированных и достигнутых результатов» (четвертая компетенция). К слабым сторонам относятся оценки *базового* уровня проявления поведенческих индикаторов: «формулирование конечной цели» (первая компетенция), «программирование» (вторая компетенция), «соблюдение технологических требований» (третья компетенция), «первоначальное формулирование новой цели» (четвертая компетенция).

Анализ потребностей гражданских служащих в формировании социально-инженерных компетентностей указывает на ключевую проблему профессионального развития кадров, связанную со способностью к стратегическому развитию поселений и организаций. Большинство опрошенных специалистов нуждается в умениях разработки и принятия решений (36%). Значительная часть чиновников испытывает потребность во владении навыками диагностики (16%), предвидения и прогнозирования (12%), тактики решения конкретных задач (14%) и др.

В преодолении данной проблемы можно выделить два направления. Первое предусматривает специализированное обучение кадров. Оно необязательно должно быть формализованным. Можно проводить мастер-классы, тренинги, коучинг и др. Второе направление связано с созданием специализированной службы социально-инженерного сопровождения

управленческой практики, призванной оказывать консультативную помощь руководителям и специалистам на рабочем месте.

Таким образом, оценка социально-инженерных компетенций гражданских служащих показывает актуальность их целенаправленного формирования для повышения эффективности управленческой практики.

Т. В. Черняк

ОЦЕНКА КАЧЕСТВА ОБУЧЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ПРОФЕССИОНАЛИЗМА КАДРОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ

ЧЕРНЯК Татьяна Владимировна — кандидат социологических наук, доцент кафедры управления персоналом, Сибирский институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Новосибирск, Россия.
E-MAIL: tatyanachernyak@yandex.ru
RESEARCHER ID: E-3804-2018

Аннотация. В Сибирском институте управления (СИУ РАНХиГС) в течение более 25 лет ведется подготовка кадров для народного хозяйства и государственной службы. Интенсивный переход к информационному обществу и экономике знаний обязывает каждого государственного служащего отвечать новым требованиям для решения задач в сфере экономики, государственной службы, системе органов государственного управления. В связи с этим особую важность приобретают профессиональная подготовка и повышение квалификации государственных служащих. Но нередко отсутствует возможность проведения постоянного мониторинга по учету пожеланий и интересов, мнений самих государственных служащих об обучении. В статье приводятся данные мониторинга мнений госслужащих о качестве обучения по программе «Государственная политика в сфере противодействия коррупции» в 2013—2016 гг.

Ключевые слова: государственные служащие, оценка качества обучения, содержание обучения, методы обучения

Профессиональное обучение как составная часть профессионального развития государственных служащих оказывает положительное влияние на деятельность всей организации. Повышая квалификацию и приобретая новые навыки и знания, государственные служащие становятся более эффективными, получают дополнительные возможности для профессионального роста как внутри своей организации, так и вне ее, что особенно важно в современных условиях быстрого устаревания профессиональных

знаний. Профессионализм государственной гражданской службы поддерживается прежде всего систематической профессиональной подготовкой государственных служащих. Так, в соответствии со ст. 62 Федерального закона от 27.07.2004 г. № 79-ФЗ «О государственной гражданской службе Российской Федерации» дополнительное профессиональное образование (ДПО) госслужащего включает в себя профессиональную переподготовку, повышение квалификации и стажировку в течение всего периода прохождения им гражданской службы. Профессиональная подготовка проводится с целью приобретения теоретических знаний, а также практического освоения и закрепления навыков по исполнению должностных обязанностей [Черняк, 2008].

В настоящее время обучение и развитие кадров сфокусированы на управлении знаниями и изменении модели поведения. Экономическая ситуация в стране ставит задачу поиска новых форм обучения с наименьшими финансовыми затратами, таких как вебинары, рабочие группы, конференции, обмен опытом. Государственной службе также необходимо уделить внимание качественной профессиональной подготовке и переподготовке кадров, способной оперативно реагировать на вызовы экономики, ориентированной на инновационное развитие [Кузьмина, 2013: 93]. Особенность повышения квалификации взрослых состоит в том, что обучающиеся могут критически относиться к материалу, поскольку они уже обладают определенными практическими и теоретическими знаниями выполнения деятельности. Поэтому и содержание обучения, и выбор методов обучения должны определяться характеристиками самих слушателей (возраст, стаж работы, уровень должности), потребностями государственной службы, уровнем квалификации преподавателей, целями учебного процесса. Ошибки при выборе методов обучения негативно скажутся на эффективности обучения. Так, использование большого количества лекций как традиционного метода высшей школы для взрослых слушателей-практиков или давно окончивших учебное заведение может существенно снизить интерес к занятиям и усвояемость учебного материала. Завершающим этапом в процессе профессионального обучения является оценка эффективности и удовлетворенности обучением. Удовлетворенность обучением слушателей является одним из важнейших показателей.

Сибирский институт управления — филиал РАНХиГС в течение уже более 25 лет ведет постоянную работу по ДПО госслужащих Сибирского Федерального округа. Цель проведенного исследования: проанали-

зировать мнения госслужащих — слушателей программ повышения квалификации по оценке организации обучения и разработать рекомендации по повышению его качества. Задачи исследования: выявить соответствие содержания программ повышения квалификации уровню потребностей слушателей; определить удовлетворенность процессом обучения и его методами; рассмотреть мнения по совершенствованию обучения государственных служащих. В исследовании участвовал 481 государственный служащий, прошедший за 2013—2016 гг. обучение по программе «Государственная политика в сфере противодействия коррупции». В 2013 г. было опрошено 65 респондентов (13,5%), в 2014 г.— 121 (25,2%), в 2015 г.— 215 (44,8%), в 2016 г.— 80 (16,6%). Для оценки удовлетворенности обучением проводилось анкетирование по итогам обучения каждой группы слушателей.

Содержание программы и состав преподавателей, а также методы обучения не претерпевали кардинальных изменений, но в них все же вносились некоторые изменения, что позволяло выявлять тенденции в оценке слушателей по годам в зависимости от программы, от набора слушателей и набора преподавателей и т. д. Остановимся только на самых значительных аспектах исследования.

Анализ стажа государственной службы респондентов показал, что только в 2013 г. было преимущество стажа от 3—10 лет — у 53% госслужаших, в остальные годы — равновзвешенно представлен стаж всех групп менее 3 лет, 3—10, более 10 лет в пределах 20—30%, что необходимо учитывать при комплектовании групп с разным стажем госслужбы. Выявлялось мнение о соответствии содержания предложенной программы повышения квалификации уровню потребностей госслужащих в обновлении профессиональных знаний (см. рис. 1).

Отрадно то, что в 2013—2015 гг. содержание программ в достаточно большом количестве отвечало потребностям госслужащих (от 75% в 2014 г. до 65% в 2015 и 2016 гг.), но в 2016 г. доля мнений о полном соответствии снизилась до 45%, что требует выявления причин. Далее рассматривался вопрос о степени удовлетворенности повышением квалификации (см. рис. 2).

Результаты также настораживают: постепенное снижение числа полностью удовлетворенных обучением от 2013 г. (80%) к 2015 г. (72,9%) и почти наполовину снижение полной удовлетворенности в 2016 г.— до 48,8%. Что могло стать причиной? Возможно то, что раньше госслужащие проходили повышение квалификации раз в три года, поэтому они

могли вновь прийти на обучение, но получили те же знания, что и прежде, и это могло привести к снижению удовлетворенности. Необходимо обновление содержания программ.

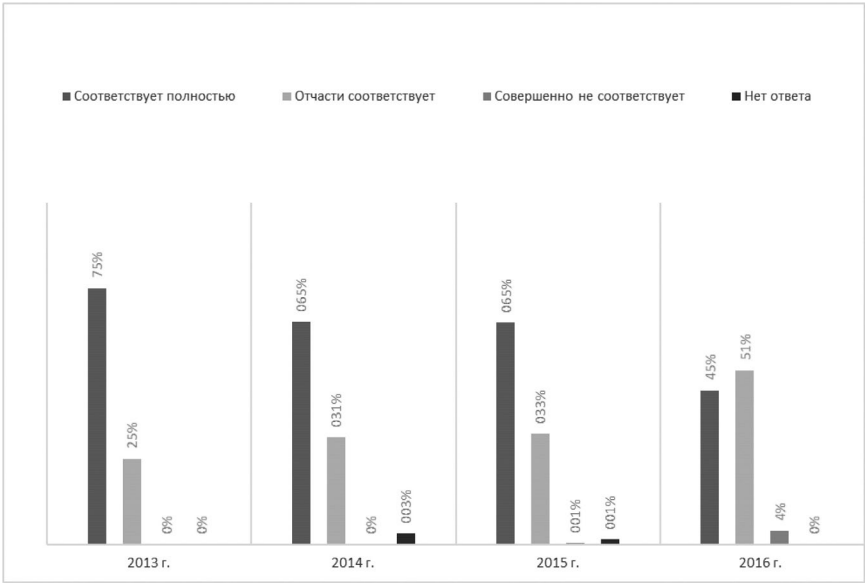


Рис. 1. Оценка соответствия программы потребностям госслужащих

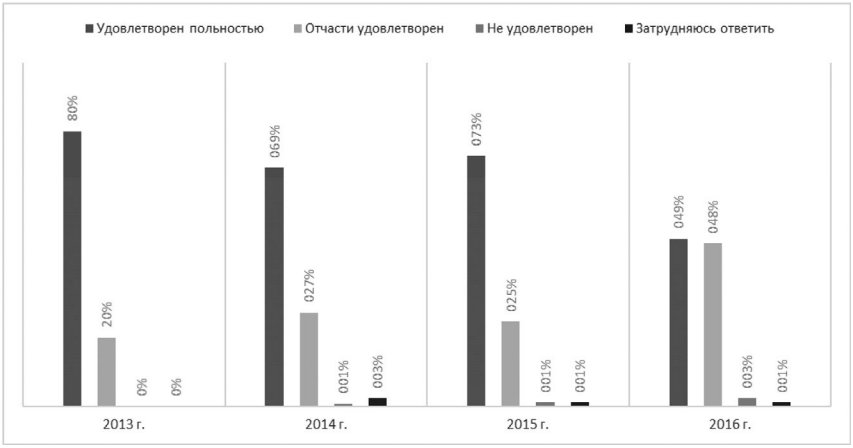


Рис. 2. Удовлетворенность повышением квалификации

Оценивалась и общая удовлетворенность госслужащих прошедшим обучением по 6-балльной шкале. Результаты представлены в диаграммах (см. рис. 3, 4). В данном вопросе предлагались три составляющие оценки, респондент оценивал каждый пункт по 6-балльной шкале.

Рис. 3. Полезность обучения

Рис. 4. Оценка содержания обучения

Результаты на рис. 3, указывают, что более половины респондентов на протяжении всего периода (2013—2016) оценивают полезность обучения на отлично, около 30—35 % отвечающих оценило полезность как очень хорошую, около 7—8 % дали оценку «хорошо». Но мы видим также, что в 2016 г. появились оценки «плохо», а это означает, что необходимо совершенствовать учебный процесс в отношении полезной информации для слушателей.

Как видим на рис. 4, с содержанием и практической направленностью обучения вопрос стоит непросто.

Так, видна динамика изменений оценки «плохо» в 2015 и 2016 гг. На открытые вопросы анкеты ответило 47,5 % респондентов, которые отметили следующие замечания по содержанию процесса обучения: больше практических занятий — 79 %; представить материал в электронном виде — 51 %; больше круглых столов — 17 % и др. Полученные результаты позволили улучшить качество обучения госслужащих.

Список литературы

1. Кузьмина Н. В. Акмеологическая теория повышения качества подготовки специалистов образования. М., 2013. С. 93.
2. Черняк Т. В. Управление компетентностью государственных служащих (опыт Сибирской академии государственной службы // Человек. Сообщество. Управление. 2008. № 2. С. 71—83.

С. С. Соловьев, О. М. Левашева

СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ ПРОБЛЕМ ПРЕПОДАВАНИЯ И ИЗУЧЕНИЯ КИТАЙСКОГО ЯЗЫКА В РОССИИ

СОЛОВЬЕВ Сергей Сергеевич — кандидат социологических наук, доцент, профессор кафедры социологии, Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия.
E-MAIL: ruisenior2@gmail.com

ЛЕВАШЕВА Ольга Михайловна — социолог отдела социологических и маркетинговых исследований, ООО «СОЛАР-Консалтинг», Москва, Россия.
E-MAIL: olevasheva@yandex.ru

Аннотация. Статья посвящена результатам социологического исследования проблем преподавания и изучения китайского языка в России. Подняты вопросы важности изучения китайского языка российскими гражданами и выявления потребности в изучении китайского языка. По данным опросов преподавателей, переводчиков и специалистов со знанием китайского языка, проживающих в различных регионах Российской Федерации, выявлены особенности обучения, трудоустройства и карьеры лиц, владеющих китайским языком. Авторы приводят данные об уровне владения языком, востребованности китаистов и акцентируют внимание на важнейших проблемах изучения китайского языка в России.

Ключевые слова: китайский язык, популярность китайского языка в России, востребованность китайского языка, преподавание и изучение китайского языка

Вот уже несколько лет китайский язык соревнуется с английским по популярности в мире. В России интерес к китайскому языку также растет. Всплеск интереса к китаистике в России обозначился в начале 2000-х годов и с тех пор идет по нарастающей [В России бум…, 2010]. По данным исследования «Культура китайской письменности: тенденции распространения китайского языка в России», в 1997 г. количество изучавших китайский язык в России составляло около 5 тыс. человек, в 2007 г. их количество увеличилось до 17 тыс., а в 2017 г., — уже 56 тыс. человек изучали китайский язык [Китайский язык становится…, 2017].

В настоящее время в России действуют 21 институт и класс Конфуция — в Москве, Санкт-Петербурге, Владивостоке, Казани, Новосибирске, Екатеринбурге и других городах. По информации Минобрнауки России, количество изучающих китайский язык в школах РФ уже достигло 4 тыс. человек и продолжает активно увеличиваться [Русские массово учат…, 2015].

Особое значение приобретает наметившаяся с 2014 г. переориентация вектора российской политики на Восток и активное сотрудничество России и Китая в рамках ШОС и БРИКС. В настоящее время Россия и Китай проводят множество совместных проектов, и специалисты с языком востребованы и в политике, и в бизнесе. Мода на китайский язык — следствие макроэкономического тренда, а не сиюминутная необходимость.

В данной статье проанализированы результаты проведенного кафедрой социологии Московского государственного лингвистического университета в 2016—2017 гг. в рамках НИР «Проведение исследования в области изучения китайского языка российскими гражданами, подготовка аналитического доклада о выявлении потребности в обучении китайскому языку граждан РФ» опроса по квотной выборке 382 преподавателей, переводчиков и специалистов со знанием китайского языка, проживающих в 32 субъектах Российской Федерации, в том числе в республиках, краях и областях Дальневосточного и Сибирского федеральных округов, а также в Москве, Санкт-Петербурге, Волгоградской, Нижегородской, Оренбургской, Ростовской, Рязанской, Самарской, Свердловской и Челябинской областях, Республиках Татарстан и Калмыкия. Выбор регионов определялся наличием в них средних и высших образовательных учреждений, в которых преподавался китайский язык, или предприятий, где он потенциально мог быть востребован. Предварительные сведения об этом были предоставлены Институтом Конфуция при МГЛУ.

По мнению 85,8% опрошенных, уровень знания и использования китайского языка в России за последние 10 лет улучшился. Этому в первую очередь способствовали экономические и политические условия (см. рис. 1).

Важную роль сыграли также поддержка продвижения знания китайского и языка и культуры со стороны руководства Китая, изменение престижа и популярности китайского языка в мире, появление новых учебников и широкое распространение интернет-ресурсов с тематическим контентом; появление гаджетов, помогающих в изучении языка (для

планшетов и смартфонов — с электронными пополняемыми словарями с возможностью ручного ввода иероглифики).

Рис. 1. Причины, в наибольшей степени повлиявшие на уровень знания и использования китайского языка за последние 10 лет (в % к опрошенным)

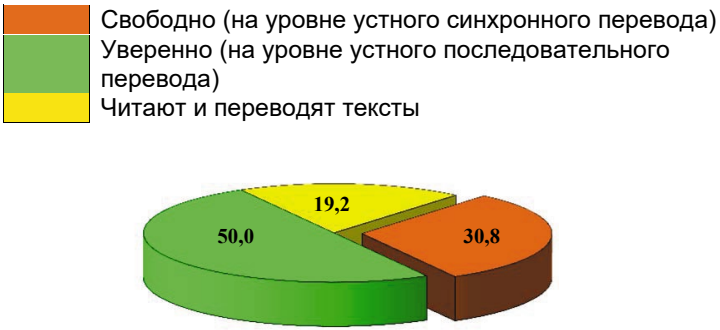


Рис. 2. Степень владения китайским языком лиц, имеющих диплом переводчика или специалиста со знанием иностранных языков (в % от владеющих языком)

В настоящее время переводчиков и преподавателей китайского языка с выдачей соответствующего диплома готовят 62 российских вуза (сведения получены на основе запросов в ВУЗы в рамках выполнения НИР). Как правило, это общеизвестные учебные заведения, которые дают фундаментальную общегуманитарную подготовку и отличаются основательностью и высоким качеством преподавания китайского языка. Однако популярность языка затронула даже технические и экономиче-

ские учебные заведения, которые в настоящее время стали готовить хорошо востребованных специалистов со знанием китайского языка в области технического и бизнес-перевода, транспорта и связи.

Представляет интерес оценка уровня знания респондентами знания китайского языка (см. рис. 2).

Свободное владение китайским языком только у трети опрошенных говорит об определенных проблемах, связанных с утратой языковой практики и снижением уровня знания языка, что для китайского языка имеет принципиальное значение [Лянь Хуа, 2016]. На этот момент обращали внимание большинство респондентов.

Хорошее знание китайского языка напрямую связано с возможностями трудоустройства китаистов. Однако около половины из них обратили внимание, что, несмотря на качественную языковую подготовку, испытывали трудности в поиске работы, предполагающей знание китайского языка

Почти 54 % китаистов, работающих на производстве, в торговле, консалтинге, маркетинге, банковской сфере и др., отмечают, что для уверенного овладения порученным делом и успешной карьеры им не хватает специфических профессиональных знаний. По этой причине, а также в связи с невысокими возможностями достойного трудоустройства и дальнейшего роста заработной платы по переводческой специальности, часть выпускников лингвистических вузов приходят к выводу о необходимости получения второго высшего образования. По данным проведенного исследования, 36,5 % опрошенных лиц, имеющих диплом переводчика или преподавателя китайского языка, получили и иное образование — инженера, финансиста, маркетолога, социолога, юриста, специалиста в области издательского дела и др.

По данным исследования, 91,8 % опрошенных китаистов занимали штатные должности в различных организациях, учреждениях и фирмах. Основной характер занятости носит достаточно специфический характер. В первую очередь в китаистах нуждаются организации, ведущие активный международный обмен, переговоры с китайскими партнерами, а также переводческие бюро, образовательные учреждения и организаторы курсов китайского языка.

Более 40 % лиц, владеющих китайским языком, работают в трех основных отраслях экономики и общественной жизни — производственно-строительной сфере, в образовании и торговле. Занятость в других отраслях намного ниже. Малосущественным следует признать использо-

вание кадров со знанием китайского языка в здравоохранении и научной сфере.

Основные виды переводческой деятельности лиц, владеющих китайским языком: письменный перевод с иностранного языка на русский, письменный перевод с русского языка на иностранный и устный последовательный перевод (см. рис. 3).

Соотношение видов переводческой деятельности меняется в зависимости от характера деятельности организации (фирмы) и типа занимаемой должности. Письменный перевод с китайского языка на русский востребован в высокой степени во всех организациях и фирмах, имеющих международные контакты. Несколько меньше он востребован в высших учебных заведениях и учреждениях инвестиционно-банковской сферы.

Рис. 3. Виды переводческой деятельности лиц, владеющих китайским языком (респонденты имели возможность отметить любое количество видов переводческой деятельности, которыми они реально занимаются), %

Аналогичным образом востребован письменный перевод с русского на китайский язык. Особенно интенсивно он используется на предприятиях всех форм собственности; часто к данному виду перевода привлекаются переводческие бюро и агентства. Им занимаются практически

все специалисты предприятий и организаций, знающие китайский язык, кроме аналитиков.

Устный последовательный перевод востребован в органах государственной власти и силовых структурах, а также на негосударственных предприятиях. Активно к данному виду перевода привлекаются переводческие бюро и агентства. Наиболее часто им занимаются специалисты по маркетингу, рекламе и PR, штатные переводчики организаций и фирм, а также владеющие иностранным языком секретари и помощники директоров. По мере необходимости его осуществляют начальники управлений и отделов и другие руководители линейных подразделений, владеющие языком.

В подготовке аналитических документов с использованием китайского языка примерно в одинаково высокой степени заинтересованы органы государственного управления, силовые ведомства, общественные организации и учреждения финансово-банковской сферы. Основными разработчиками таких обзоров выступают специалисты по маркетингу, рекламе и PR, аналитики и топ-менеджеры и обычные менеджеры предприятий.

В отличие от аналитических документов обзорами с использованием китайского языка больше интересуются государственные предприятия, средства массовой информации, общественные организации и учреждения финансово-банковской сферы. Их основными разработчиками являются специалисты по маркетингу, рекламе и PR, аналитики и топ-менеджеры.

Синхронный перевод востребован в общественных организациях на пресс-конференциях, встречах разного уровня, симпозиумах, форумах и других массовых мероприятиях. Другим весомым потребителем услуг синхронного перевода являются государственные предприятия. Как правило, данный вид перевода доверяют переводческим агентствам с хорошей репутацией и высококвалифицированным фрилансерам. Реже им занимаются подготовленные для такого вида деятельности менеджеры предприятий и организаций.

В других видах перевода и других видах переводческих услуг заинтересованы органы государственной власти, силовые структуры, государственные предприятия и средства массовой информации. Как правило, речь идет о задачах, не подлежащих широкой огласке или требующие комплексного владения несколькими видами перевода. Ими обычно

занимаются штатные переводчики, референты и несколько реже — специалисты в области маркетинга.

Обучение иностранному языку других является абсолютной «вотчиной» преподавателей, а также фрилансеров.

Научной работой с использованием знания иностранных языков серьезно занимаются в высших учебных заведениях и на государственных предприятиях — преподаватели, другие специалисты вузов и аналитики.

На фоне возрастающих языковых нагрузок на лиц, имеющих диплом переводчика или специалиста со знанием китайского языка, отмечается, что возросла нагрузка иного свойства, связанная с косвенным, внештатным использованием людей, знающих иностранный язык. К таким задачам (работам) относятся: перевод сайта, озвучивание новостей, перевод инструкций и презентаций, составление договоров на китайском языке, оформление виз, работа с делегациями, общение с иностранцами по личной просьбе директора (начальника), сопровождение директора, общение с авторами, проведение занятий, организация конференций, ведение личной переписки руководителя, технический и бизнес-перевод. Чаще всего респонденты называли последовательный перевод всевозможных интервью, пресс-конференций и переговоров руководства, письменный перевод документов руководителя и ответы на телефонные звонки всех иностранцев, позвонивших в офис.

Результаты проведенного исследования позволяют сделать следующие выводы.

1. Популярность китайского языка в России растет, и данная тенденция сохранится в последующие годы.
2. Существует явный недостаток квалифицированных преподавателей китайского языка. Если говорить о состоявшемся введении ЕГЭ по китайскому языку [Китайский язык…, 2018], то возникнут очевидные проблемы с кадрами. На существующие условия оплаты можно привлечь сравнительно небольшое количество людей — тех, кто ищет работу в сфере образования.
3. 76,2 % опрошенных преподавателей, переводчиков и специалистов со знанием китайского языка в интересах повышения своей квалификации в области китайского языка, языковой практики и расширения кругозора хотели бы совершенствоваться в языковой практике. Кроме этого, очевидным трендом среди китаистов становится получение второго профессионального образования.

Список литературы

1. Лянь Хуа. Трудности китайского языка. Epoch Times. 2016. URL: https://www.epochtimes.ru/trudnosti-kitajskogo-yazyka-99025011/ (дата посещения: 10.03.2018).
2. Китайский язык вошел в систему ЕГЭ // Russian.rt.com. 2018. URL: https://russian.rt.com/russia/news/496653-rossiya-obrazovanie-ege (дата посещения: 10.03.2018).
3. В России бум изучения китайского языка // Newsland.com. 2010. URL: http://newsland.com/user/4297647714/content/v-rossii-bum-izucheniia-kitaiskogo-iazyka/4092203 (дата посещения: 10.03.2018).
4. Русские массово учат китайский язык. Как будущий государственный? // Колокол России. 2015. URL: http://kolokolrussia.ru/evraziya/russkie-massovo-uchat-kitayskiy-yazyk-kak-buduschiy-gosudarstvennyy#hcq=rNZCKOq (дата посещения: 10.03.2018).
5. Китайский язык становится популярным в России // Russian.china.org.cn. 2017. URL: http://russian.china.org.cn/exclusive/txt/2017-07/29/content_41309901.htm (дата посещения: 10.03.2018).

К. В. Наумов, Г. В. Заярская, А. Ю. Фодоря

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СОЦИОЛОГА В СФЕРЕ ДЕТСКОГО ОТДЫХА И ОЗДОРОВЛЕНИЯ (ИЗ ОПЫТА ГАУК «МОСГОРТУР»)

НАУМОВ Кирилл Валентинович — начальник Отдела аналитики и статистики, ГАУК «МОСГОРТУР», Россия, Москва.
E-MAIL: KNaumov@mosgortur.ru
ORCID: 0000-0001-8315-4408

ЗАЯРСКАЯ Галина Владимировна — кандидат педагогических наук, менеджер отдела аналитики и статистики, ГАУК «МОСГОРТУР», Россия, Москва.
E-MAIL: gzayarskaya@mosgortur.ru
ORCID: 0000-0003-4060-5680

ФОДОРЯ Анна Юрьевна — кандидат социологических наук, доцент, менеджер отдела аналитики и статистики, ГАУК «МОСГОРТУР», Россия, Москва.
E-MAIL: afodorja@mosgortur.ru
ORC ID: 0000-0002-8703-4347

Аннотация. В статье раскрыта специфика профессиональной деятельности социолога в сфере детского отдыха и оздоровления, проанализирована научно-исследовательская, научно-практическая и научно-редакционная деятельность Государственного автономного учреждения культуры города Москвы «Московское агентство организации отдыха и туризма» (далее — ГАУК «МОСГОРТУР»), определяемая необходимостью дальнейшего совершенствования отрасли в Российской Федерации.

Ключевые слова: сфера детского отдыха и оздоровления, социолог, практикующий социолог, детский лагерь, ГАУК «МОСГОРТУР», научно-исследовательская, научно-практическая деятельность, научно-редакционная деятельность, информационно-аналитические материалы

Изменяющиеся социально-экономические условия современного общества напрямую влияют на развитие всех сфер жизнедеятельности человека, определяя тренды на рынке труда и образования. Сегодня особенно важны изменения, которые мы наблюдаем в сфере профес-

сиональной подготовки специалистов, проявляющиеся в специализации и конвергенции, в соотношении социального и технологического.

Чтобы выполнять эффективно и профессионально свои обязанности, специалисту необходимо овладеть рядом компетенций, под которыми мы понимаем характерный для отдельной профессии набор знаний, навыков и качеств. «Ускоренные темпы научно-технического прогресса требуют постоянного развития профессиональных навыков и совершенствования в своей профессии, освоения новых навыков. Иными словами, старые профессии должны соответствовать требованиям времени» [Акимова, Александров, 2015].

Профессиональная трансформация повлияла, в том числе, и на совокупность компетенций социолога, изменение его роли в обществе, развитие новых направлений исследований и т. д. Практикующий социолог сегодня востребован во всех сферах жизнедеятельности человека, включая политическую, социальную, экономическую и духовную. Грамотный научный подход к организации деятельности в каждой из сфер, подразумевает анализ текущей ситуации, прогнозирование, мониторинг изменений.

Прикладная социология дает нам инструменты управления, в том числе и в сфере детского отдыха и оздоровления. «Неотъемлемой частью развития любой отрасли является точная оценка ее состояния. От результатов такой оценки зависит, какие управленческие решения будут приняты и насколько эффективным в итоге будет развитие отрасли в целом», — отмечают ученые, занимающиеся исследованием данной сферы [Заярская, Лищина, Фодоря, 2016]. К. Н. Ермошкин, будучи практикующим в данной сфере социологом, в своих статьях детский оздоровительный лагерь характеризует как относительно закрытый объект исследования, мало подверженный быстрым системным изменениям. Это позволяет сформировать базовые показатели нефинансовой эффективности работы детского лагеря и организовать их устойчивый мониторинг [Ермошкин, 2017].

В целях позиционирования Государственного автономного учреждения культуры города Москвы «Московское агентство организации отдыха и туризма» в научной и профессиональной среде как одного из экспертных учреждений России в сфере организации отдыха и оздоровления детей Отделом аналитики и статистики ГАУК «МОСГОРТУР» была организована и проводится следующая работа:

— инициирование научных эмпирических социологических исследований, обработка и анализ данных, представление результатов

государственным органам управления, научной общественности и профессиональному сообществу;
— организация участия сотрудников отдела в научных отраслевых мероприятиях (научных конференциях, круглых столах и др.);
— распространение результатов научных исследований (теоретических и экспериментальных), имеющегося практического опыта ГАУК «МОСГОРТУР» в целях обмена и обсуждения в научном сообществе;
— развитие публикационной активности специалистов ГАУК «МОСГОРТУР»: подготовка к изданию качественных оригинальных статей в журналах ВАК с высоким импакт-фактором, индексируемых в РИНЦ, Scopus, Web of Science.

Сотрудниками отдела были разработаны следующие аналитические материалы и методики исследований:
— Московский стандарт детского отдыха;
— кластеры детского отдыха по России — справочно-аналитическая работа;
— нормативно-правовая база детского отдыха и оздоровления — справочно-аналитическая работа;
— инициировано исследование по качественной оценке дневников вожатых, разработаны и апробированы критерии и показатели качественной оценки дневников;
— рейтинг вожатых;
— оценка вожатых детьми;
— показатель оздоровительного эффекта в оценке качества летнего отдыха и оздоровления детей;
— исследование туристических предпочтений учащихся колледжа в 2017 г. (18.05.2017);
— заявка на предоставление субсидий в целях возмещения затрат, связанных с осуществлением социально значимых программ в сфере физической культуры и спорта в городе Москве для Региональной общественной организации «Федерация компьютерного спорта города Москвы»;
— программа и инструментарий исследования удовлетворенности аудитории московских музеев;
— программа и инструментарий исследования «Ночь искусств 2017»;
— программа и инструментарий исследования «Антропогенная нагрузка и мониторинг музеев».

Более детальный анализ деятельности Отдела представлен в статье К. В. Наумова, Г. В. Заярской, А. Ю. Фодоря [Наумов, Заярская, Фодоря, 2017]. Статьи с описанием отдельных разработанных и апробированных методик опубликованы в сборниках научных отраслевых конференций [Детский отдых 2017, 2017; Детский отдых в России: перспективы развития, 2017].

Анализ опыта работы Отдела аналитики и статистики ГАУК «МОСГОРТУР» позволяет выделить основные востребованные *направления деятельности социолога в сфере детского отдыха и оздоровления*:

— инициирование научных эмпирических социологических исследований, обработка и анализ данных, представление результатов удовлетворенности детей услугой по организации отдыха и оздоровления и работой вожатых,
— проведение исследований по туристической привлекательности музеев города Москвы,
— анализ деятельности поставщиков детского отдыха и оздоровления,
— учет и анализ информации по детскому отдыху и оздоровлению детей в г. Москве, а также подготовка информационно-аналитических материалов для внутреннего и внешнего использования (справки и информационные тексты для Правительства г. Москвы и других государственных органов по требованию и заданной форме),
— мониторинг детской оздоровительной кампании, реализуемой учреждением,
— составление технического задания для проведения социологических и статистических исследований внешними кампаниями для ГАУК «МОСГОРТУР»,
— оформление заявок на участие в конкурсах на получение грантов, ведение отчетной документации и научное сопровождение данной деятельности учреждения,
— участие в обучении вожатых и специалистов сферы детского отдыха и оздоровления на занятиях Школы московских вожатых и курсах повышения квалификации (инструктирование по темам практической реализации социологических исследований в детских оздоровительных лагерях).

Разработанные социологами и специалистами ГАУК «МОСГОРТУР» методики и инструменты исследования сферы детского отдыха и оздоровления (за 2017 г. было реализовано восемь видов исследований

и разработано 24 вида анкет) универсальны и могут быть использованы для наблюдения в конкретной организации отдыха и оздоровления как для внутреннего мониторинга и оценки эффективности их деятельности, так и для внешней независимой оценки.

Резюмируя, хотелось бы подчеркнуть, что научный подход к организации работы по ключевым направлениям учреждения, во-первых, позволяет проанализировать и представить среди ученых и специалистов сферы детского отдыха и оздоровления уникальный опыт ГАУК «МОСГОРТУР». Во-вторых, объединить науку и практику. В-третьих, потенциал практической социологии дает возможность предоставлять государственным органам достоверную и проверенную информацию. В-четвертых, сферу детского отдыха и оздоровления следует рассматривать как одну из ниш, остро нуждающихся в подготовке компетентных практикующих социологов, специализирующихся на ней.

Список литературы

1. Акимова И. А., Александров Ю. Д. Трансформация профессии менеджера в эпоху глобализации // Гуманитарный вестник. 2015. Вып. 10. URL: http://hmbul.ru/articles/301/301.pdf (дата посещения: 10.03.2018).
2. Детский отдых 2017: сборник материалов по итогам XI Международного конгресса лагерей и III Международной конференции «Индустрия детского полезного развивающего отдыха» (КИДПРО-2017) (9—13 октября 2017 г.) / под общ. ред. Е. С. Митрейкиной, Г. В. Заярской, А. Ю. Фодоря. М., 2017. 235 с.
3. Детский отдых в России: перспективы развития: сб. тезисов и докл. выступлений по итогам II Междунар. конф. «Индустрия детского полезного развивающего отдыха» (КИДПРО) (18—19 ноября 2016 г.) / под общ. ред. Г. В. Заярской, А. Ю. Фодоря. Вып. 1. М. : ИТД «Перспектива», 2017. 286 с.
4. Ермошкин К. Н. Методика оценки удовлетворенности детским отдыхом (из опыта ГАУК «МОСГОРТУР») // Детский отдых 2017: сборник материалов по итогам XI Международного конгресса лагерей и III Международной конференции «Индустрия детского полезного развивающего отдыха» (КИДПРО-2017) (9—13 октября 2017 г.) / под общ. ред. Е. С. Митрейкиной, Г. В. Заярской, А. Ю. Фодоря. М., 2017. С. 85—89.
5. Заярская Г. В., Лищина Г. Н., Фодоря А. Ю. Реализация концепции культуросообразности детского отдыха: опыт российских регионов // Ученые записки Российского государственного социального университета. Т. 15. 2016. № 5 (138). С. 113—122.

6. Наумов К. В., Заярская Г. В., Фодоря А. Ю. Основные направления научной деятельности ГАУК «МОСГОРТУР» в контексте государственной политики в сфере детского отдыха и оздоровления // Детский отдых 2017: сборник материалов по итогам XI Международного конгресса лагерей и III Международной конференции «Индустрия детского полезного развивающего отдыха» (КИДПРО-2017) (9—13 октября 2017 г.) / под общ. ред. Е. С. Митрейкиной, Г. В. Заярской, А. Ю. Фодоря. М., 2017. С. 106—110.

И. А. Гринько, К. Н. Ермошкин

АНТРОПОГЕННАЯ НАГРУЗКА НА МУЗЕИ И ВЫСТАВОЧНЫЕ ЗАЛЫ МОСКВЫ

ГРИНЬКО Иван Александрович — кандидат исторических наук, магистр менеджмента в сфере культуры, доцент Московской высшей школы социальных и экономических наук, начальник Управления музейно-туристского развития, ГАУК «МОСГОРТУР», Москва, Россия
E-MAIL: igrinko@mosgortur.ru
ORCID: 0000-0002-1594-0244

ЕРМОШКИН Константин Николаевич — менеджер Отдела аналитики и статистики ГАУК «МОСГОРТУР», Москва, Россия.
E-MAIL: kermoshkin@mosgortur.ru
ORCID: 0000-0002-0711-871

Аннотация. В статье рассматриваются предварительные итоги исследования антропогенной нагрузки на музеи и выставочные залы, подведомственные Департаменту культуры города Москвы. В исследование входят изучение статистики посещаемости, расчет нормативных показателей оптимальной и максимальной нагрузки на музейное пространство, включенное наблюдение за посетителями и интервью с работниками и руководством музеев. Авторы предоставляют краткие результаты и возможные перспективы использования конечных данных исследования на региональном и федеральном уровне. Результаты могут быть интересны музейным экспертам и исследователям музеологической сферы, использованы в маркетинговых исследованиях, при планировании выставочной деятельности и развитии музейных площадок.

Ключевые слова: антропогенная нагрузка, музеи Москвы, развитие музейного пространства

В 2017 г. Департаментом культуры г Москвы была принята «Концепция повышения туристской привлекательности и создания единой городской музейной среды в музеях города Москвы». В связи с этим возникла потребность оценки антропогенной нагрузки на музеи и выставочные залы, подведомственные Департаменту культуры г. Москвы (далее — музеи) как базовой основы планирования действий в рамках принятой Концепции.

Начиная с 2018 г. Государственное задание музеев формируется на основе нормативного принципа финансирования. Отсюда возникает необходимость определения нормативной антропогенной нагрузки на музеи, включая ее оптимальное и максимальное значения.

Имеющиеся данные о посещаемости музеев и их инфраструктуре не обладают нужным уровнем детализации и не позволяют делать обоснованные прогнозы относительно эффекта от реализации Концепции в части пиковых и сезонных нагрузок, наличия (отсутствия) потенциала развития в части привлечения новых целевых аудиторий и др.

Основные этапы исследования. Проводя это исследование, мы ставим перед собой следующие задачи:

1. Определить текущую антропогенную нагрузку музеев.
2. Выявить причины, ограничивающие рост посетителей музеев.
3. Определить «высокие» и «низкие» сезоны в работе музеев.
4. Определить динамику антропогенной нагрузки музеев в течение дня — раздельно для буднего и выходного дня,
5. Произвести расчет оптимальной и максимальной антропогенной нагрузки на музеи.

План исследования предполагает:

— проведение исследования методом наблюдения в отобранных по их типологии музеях с целью определения оптимальной и максимальной антропогенной нагрузки; наблюдение за посетителями, их маршрутами;

— проведение интервью со смотрителями и другими работниками музея с целью определения основных проблем посещаемости с индивидуальной точки зрения работников музея;

— предварительные расчеты оптимальной посещаемости музеев в соответствии с методикой, изложенной в «Методических рекомендациях по разработке нормативов посещаемости музеев Российской Федерации в зависимости от их объективных возможностей по приему посетителей» [Гринько, 2016];

— просмотр и фиксацию посещений музеев по видеозаписям, собранным с музеев-участников. Составление маршрутов посетителей с целью определения оптимальных маршрутов и т. д.

Предварительные итоги

В ходе кабинетного исследования были собраны данные о располагаемых площадях выставочных зон, а также входных зон и зон рекреации в 45 музеях и выставочных площадках посредством проведения онлайн-анкетирования.

Комплексное исследование, включающее в себя расчеты оптимальной нагрузки и полевые выходы с включенным наблюдением и интервью с сотрудниками завершены в пяти музеях, подведомственных Департаменту культуры города Москвы. Перечисленные музеи и выставочные площадки были отобраны в качестве ярких представителей своего типа организации (музей-квартира, музей науки и техники, музей в парке, художественная галерея, естественнонаучный музей):

— Дом-музей Марины Цветаевой;
— Мемориальный музей космонавтики;
— Государственный музей-заповедник «Царицыно»;
— Галерея «На Шаболовке»;
— Государственный биологический музей им. К. А. Тимирязева.

Результаты расчетов оптимальной нагрузки для вышеуказанных пяти музеев представлены в таблице 1.

Таблица 1. ***Расчетные показатели оптимальной посещаемости музея, чел.***

№ п/п	Наименование музея	Ежедневная оптимальная пропускная способность музея Σэ	Недельная оптимальная посещаемость Σн	Годовая оптимальная посещаемость Σг
1	Государственное бюджетное учреждение культуры города Москвы «Мемориальный музей космонавтики»	2673	15504	844720
2	Государственное бюджетное учреждение культуры города Москвы «Культурный центр «Дом-музей Марины Цветаевой»	144	907	51924
3	ГБУК г. Москвы «ГМЗ «Царицыно»	3965	22466	1451 045
4	Государственное бюджетное учреждение культуры города Москвы «Государственный биологический музей им. К. А. Тимирязева»	433	2598	131186
5	ГБУК «Выставочные залы Москвы» галерея «На Шаболовке»	183	1098	66795

По итогам включенного наблюдения и интервью, проведенных с работниками музеев, нами предварительно сформулированы следующие выводы:

— все музеи отмечают рост посещаемости в последние пять лет;
— при этом половина музеев отмечает недостаточность турпотока и его неравномерность;
— наблюдается серьезная диспропорция в посещаемости между буднями, выходными и бесплатными для посещения днями;
— соотношение посещаемости в «высокий» и «низкий» сезон может достигать 10:1;
— диспропорция в посещаемости будних и выходных дней не настолько критична, но также составляет в среднем 1:3;
— одиночное посещение практически полностью вытеснено микрогруппами;
— анализ анкетных данных показал, что соотношение индивидуальных посетителей и групп значительно варьируется, однако на данный момент у большей части московских музеев превалирует индивидуальное посещение;
— система посещений выставочных залов несколько отличается от музейной (ориентирована на выставочный цикл);
— стратегии посещения и, соответственно, время посещения музея сильно варьируются.

На данный момент исследование продолжается. По итогам проведения всех этапов предполагается получить следующие результаты.

— Оценка оптимальной и максимальной антропогенной нагрузки на каждый музей-участник исследования с обязательным указанием графика высоких и низких сезонов в различных временных разрезах.
— Почасовая антропогенная нагрузка в течение буднего и выходного дней для каждого типа музеев в высокий и низкий сезоны.
— Общий анализ данных по каждому типу музеев и по музеям в целом.
— Ключевые причины, препятствующие увеличению посещаемости для каждого типа музеев и для музеев Москвы в целом.
— Подробные рекомендации по оптимизации антропогенной нагрузки на музеи (по музеям-участникам полевого исследования).

Список литературы

1. Гринько И. А. Методические рекомендации по разработке нормативов посещаемости музеев в зависимости от их возможностей по приему

посетителей. Москва, 2016. URL: https://www.academia.edu/32010134/МЕТОДИЧЕСКИЕ_РЕКОМЕНДАЦИИ_по_разработке_нормативов_посещаемости_музеев_в_зависимости_от_их_возможностей_по_приему_посетителей_ПРОЕКТ_ (дата обращения: 03.04.2018).
2. 2016 Theme Index and Museum Index: The Global Attractions Attendance Report Ed.by Judith Rubin. Themed Entertainment Association (TEA), 2017.
3. Cifuentes A. Determinacion de Capacidad de CargeTuristica en Areas Protegidas. Turrialba, Costa Rica: CATIE. 1992.
4. Cole David; Carlson Thomas. Numerical visitor capacity: a guide to its use in wilderness. Fort Collins, CO: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Rocky Mountain Research Station. 2010. 20 p.
5. Lord Barry, Lord Gale D., eds. The Manual of Museum Exhibition. Walnut Creek: Altamira. 2001. 576 p.
6. Nashwa F. Attallah The estimation of physical and real carrying capacity with application on Egypt's tourist sites. *Journal of Tourism Research*. Vol. 12. 2015. P. 67—86.

Г. Д. Сладков, А. Ю. Фодоря, Г. В. Заярская

КАЧЕСТВЕННЫЕ ПАРАМЕТРЫ ОЦЕНКИ РАБОТЫ ВОЖАТОГО В ДЕТСКОМ ЛАГЕРЕ: К ПОСТАНОВКЕ ПРОБЛЕМЫ

СЛАДКОВ Георгий Дмитриевич — менеджер Отдела аналитики и статистики, ГАУК «МОСГОРТУР», Москва, Россия.
E-MAIL: gsladkov@mosgortur.ru
ORCID: 0000-0002-6869-7196

ФОДОРЯ Анна Юрьевна — кандидат социологических наук, доцент, менеджер Отдела аналитики и статистики, ГАУК «МОСГОРТУР», Москва, Россия.
E-MAIL: afodorja@mosgortur.ru
ORCID: 0000-0002-8703-4347

ЗАЯРСКАЯ Галина Владимировна — кандидат педагогических наук, менеджер Отдела аналитики и статистики, ГАУК «МОСГОРТУР», Москва, Россия.
E-MAIL: gzayarskaya@mosgortur.ru
ORCID: 0000-0003-4060-5680

Аннотация. В статье представлена методика создания инструментария качественного анализа педагогических дневников, разработанная сотрудниками Отдела аналитики и статистики государственного автономного учреждения культуры города Москвы «Московское агентство организации отдыха и туризма», а также результаты пилотного исследования по оценке педагогической деятельности московских вожатых за период летней оздоровительной кампании 2017 г. В ходе исследования была апробирована возможность использования педагогических дневников в качестве инструмента оценки качества работы вожатых. Аналитическую деятельность и первичный анализ результатов осуществляли внутренние эксперты ГАУК «МОСГОРТУР» — старшие вожатые. Методика оценки качества работы вожатых посредством анализа педагогических дневников будет интересна ученым и практикам — профессионалам, занимающимся разработкой и поиском методик и инструментов оценки качества работы вожатых в учреждениях отдыха и оздоровления детей.

Ключевые слова: педагогический дневник, московский вожатый, летняя оздоровительная кампания, детский оздоровительный лагерь

Отдых и оздоровление детей в летних лагерях представляют собой непрерывный воспитательный процесс, педагогами в котором выступают вожатые. Если в 2015 г. в летней оздоровительной кампании в целом по России приняло участие 4 млн 826 тыс. детей [Болотов, 2016], то, по результатам мониторинга Минобрнауки России, летней оздоровительной кампанией в 2017 г. было охвачено 5 млн 291 тыс. [Комитет Государственной Думы…, 2017]. Ежегодно для организации летней кампании требуется огромное количество педагогического персонала, прошедшего специальную подготовку и переподготовку. В то же время оценка качества работы вожатого, благодаря которой можно создать непрерывный цикл дополнительного образования, мало изучена [Заярская, 2017; Заярская, Лищина, Фодоря, 2016] и в большинстве случаев сводится к оценке KPI (ключевых показателей эффективности) [Вараксин, Тимошенко, 2006] или же к стандартным педагогическим отчетам, наличие которых требуется от вожатого в университете по результатам прохождения педагогической практики [Осокина, 2016; Тихонова, 2014].

Отдельные исследователи в своих статьях предлагают в качестве альтернативных попыток решения задач оценки работы вожатого следующее: анализ проблемы оценки педагогической деятельности в детском оздоровительном лагере в целом [Леснов, Ковалев, 2014]; использование контрольных групп при подготовке вожатых [Матвеев, Чернышенко, Баландин, 2008]; исследование системы двухсторонней рефлексии «педагог — ребенок» в работе вожатого, которая используется в детских оздоровительных лагерях [Никульников, Беловолов, 2010], и др. Интересен в этом ключе и опыт внутренней системы оценки качества деятельности вожатых международных и всероссийских детских центров РФ, в том числе и региональных, включающей в себя метод ведения педагогической документации.

Для создания и апробации инструментария оценки работы вожатого в детском лагере были предприняты следующие шаги.

1. Выборочный анализ педагогических дневников московских вожатых за период летней оздоровительной кампании 2016 г. проводился в целях выработки аналитического материала о фактическом содержании дневников.
2. Разработка индикаторов оценки работы московских вожатых в период реализации тематической программы с помощью педагогических дневников. Операционализация оценочных признаков.

3. Разработка инструментария исследования в виде анкеты на онлайн-платформе GoogleForms[1], с помощью которой старшие вожатые анализировали педагогические дневники.
4. Разработка инструкции по заполнению московскими вожатыми педагогических дневников. Этап проводился с целью улучшения качества работы московских вожатых с педагогическими дневниками.
5. Оптимизация процедуры анализа дневников старшими вожатыми ГАУК «МОСГОРТУР» и приведение ее к единому образцу. Единый образец процедур анализа необходим для одинакового понимания ее старшими вожатыми.
6. Первичный анализ педагогических дневников старшими вожатыми ГАУК «МОСГОРТУР» — перевод качественной информации в количественную с помощью ранее разработанной анкеты.
7. Вторичный анализ педагогических дневников отделом аналитики и статистики ГАУК «МОСГОРТУР» — сбор аналитической информации у старших вожатых и переработка ее в оценки.

По результатам внешнего анализа были разработаны показатели и индикаторы, с помощью которых исследователи попытались оценить работу вожатого в организации отдыха и оздоровления с разных сторон (см. табл. 1).

Таблица 1. ***Индикаторы оценки работы московских вожатых***

№	Показатель	Вопрос (индикатор)
1	Содержание календарного отрядного плана смены — формы мероприятий отрядной деятельности (отрядные формы работы)	1. Использование форм отрядной работы, преподаваемых в ЦШМВ. 2. Соответствие форм отрядной работы периодам смен. 3. Соответствие форм отрядной работы задачам смены. 4. Соответствие форм отрядной работы возрасту детей
2	Наличие ежедневного плана отрядной работы	
3	Синхронизация ежедневного плана отрядной работы с фактическим общелагерным планом-сеткой	
4	Наличие ежедневных задач отрядной работы	
5	Соответствие ежедневного плана отрядной работы педагогическим задачам	

[1] Онлайн-платформа «GoogleForms». URL: https://docs.google.com/forms/d/1R5Tu-576crW1bqEivVFzaWgcUO9S3LojKiU3UyOECck/edit (дата обращения: 25.03.2018).

№	Показатель	Вопрос (индикатор)
6	Внештатные ситуации во время смены: конфликты, драки, воровство, травмы, несчастные случаи, тоска по дому (в острой форме) и т. д.	Количество зафиксированных внештатных ситуаций от их общего числа
		Описание своих действий вожатым во время внештатных ситуаций
7	Использование в работе вожатого современных педагогических технологий адаптации (игры на знакомство, беседы, экскурсии, игры, сборы)	Применение необходимых педагогических технологий адаптации
		Частота использования педагогических технологий адаптации
8	Использование в работе вожатого современных педагогических технологий диагностики (беседы, игры, коллективное творческое дело, игры на внимательность, сборы)	Применение необходимых педагогических технологий диагностики
		Частота использования педагогических технологий адаптации
9	Знание стадий формирования временного детского коллектива	
10	Удовлетворенность вожатого своей работой и реальная оценка ее эффективности	Декларируемое выполнение задач
		Оценка смены

Для построения оценочных индикаторов использовались сведения о знаниях специфики детского отдыха и оздоровления, которыми обладает вожатый, его навыках работы с детьми и умении применять их на практике.

Показатели инструментария (см. табл. 1) необходимы исследователю для оценки работы вожатого через призму документации — вожатый вносит сведения о совершаемых им действиях в течение дня, после чего старший вожатый может определить долю дней, в которые эти данные были внесены в дневник. Показатели трансформируются в индикаторы посредством вопросов, создавая инструментарий для качественно-количественного анализа документации. Старший вожатый анализирует педагогический дневник, отвечая на предложенные вопросы в соответствии с разработанной шкалой оценивания и баллами (см. табл. 2).

Таблица 2. ***Выражение оценок дневников старшими вожатыми в баллах***

	Ответ	Балл
Вопросы 1—14	От 0 % до 100 %	От 1 до 5
Вопросы 15—17*	От 0 % до 100 %	От 0 до 1

* В этих вопросах оценивался только факт наличия или отсутствия информации, а не ее количество и качество в процентном выражении

Далее баллы, полученные в ходе оценивания каждого педагогического дневника, были распространены на тех московских вожатых, которые участвовали в его заполнении и ведении. Затем были суммированы баллы, полученные за ответы на вопросы анкеты.

После проведения указанной процедуры полученная сумма баллов была трансформирована в более удобную и практичную пятибалльную оценку (см. табл. 3).

Таблица 3. ***Преобразование оценочной суммы баллов в пятибалльную шкалу***

Сумма баллов	От 14 до 25	От 26 до 37	От 38 до 49	От 50 до 61	От 62 до 73
Оценка	1	2	3	4	5

Таким образом, цели пилотного исследования — разработка и последующая апробация инструментария качественной оценки педагогической деятельности московских вожатых в период реализации тематической программы смены в учреждениях отдыха и оздоровления — достигнуты. Разработан и апробирован инструментарий качественной оценки педагогической деятельности московских вожатых [Фодоря, Заярская, Сладков, 2017].

По итогам пилотного исследования в результате экспертной оценки старших вожатых можно выделить следующие особенности разработанного инструментария:

— первоначальные формулировки вопросов исследования могли вызывать разночтения у экспертов — старших вожатых ГАУК «МОСГОРТУР»;
— обширное количество вычислений, требующихся для экспертной оценки, является трудоемкой процедурой и может быть затруднительно для старших вожатых;
— анализ содержимого педагогического дневника с использованием предложенных индикаторов представляется исследователям Отдела аналитики и статистики ГАУК «МОСГОРТУР» неполным;
— индивидуальное оценивание работы каждого вожатого представляется неполным в силу особенностей ведения педагогического дневника, заполняемого двумя-тремя вожатыми одновременно. В настоящий момент одна оценка за ведение дневника распространяется на каждого из этих вожатых.

В заключение в качестве положительных сторон инструментария хотелось бы отметить попытку разработки целостной системы оценки работы вожатых, а также использование полученных данных для изменения, доработки формы педагогических дневников. В ГАУК «МОСГОРТУР» педагогический дневник выступает не только внутренним отчетным документом, но и представляет собой форму содержательной рефлексии вожатых, их опыта работы с детьми, что может быть использовано в дальнейшем при определении роли вожатого в организации отдыха и оздоровления, его ценностных и мотивационных установок для педагогической деятельности в условиях лагеря.

Список литературы

1. Болотов В. А. Организованный летний отдых и оздоровление детей в России: основные особенности. Высшая школа экономики // Факты образования. 2016. Вып. № 8.
2. Вараксин В. Н., Тимошенко М. В. Менеджмент в детском оздоровительном центре // Известия ЮФУ. Серия: Технические науки. 2006. № 2. URL: http://cyberleninka.ru/article/n/menedzhment-v-detskom-ozdorovitelnom-tsentre (дата обращения: 25.03.2018).
3. Заярская Г. В., Лищина Г. Н., Фодоря А. Ю. Реализация концепции культуросообразности детского отдыха: опыт российских регионов // Ученые записки Российского государственного социального университета. Т. 15. 2016. № 5 (138). С. 113—122.
4. Заярская Г. В. Выборочный анализ опыта российских регионов по подготовке профессиональных кадров системы детского отдыха и оздоровления // Детский отдых в России: перспективы развития: сб. тезисов и докл. выступлений по итогам II Междунар. конф. «Индустрия детского полезного развивающего отдыха» (КИДПРО) (18—19 ноября 2016 г.) / под общ. ред. Г. В. Заярской, А. Ю. Фодоря. Вып. 1. М. : ИТД «Перспектива», 2017. С. 187—198.
5. Леснов А. А., Ковалев В. П. Методическая работа как педагогическое условие обеспечения эффективности воспитательной работы в условиях детского оздоровительного лагеря // Вестник ЧГПУ. 2014. № 9—2. С. 67—76.
6. Матвеев В. С., Чернышенко Ю. К., Баландин В. А. Программа формирования профессионально важных умений отрядного вожатого у студентов, обучающихся по специальности «Физическая культура» // Ученые записки университета Лесгафта. 2008. № 8. С. 53—58.

7. Никульников А. Н., Беловолов В. А. Рефлексия совместной деятельности детей и вожатого в детском оздоровительном лагере // Сибирский педагогический журнал. 2010. № 12. С. 169—172.
8. Осокина Т. В. Программа практики / ФГБОУ ВО «Чувашский государственный педагогический университет им. И. Я. Яковлева». Чебоксары, 2016. URL: http://fhimo.chgpu.edu.ru/images/dokymenti%20nov%202016/proiz%20letn%20ped%20prak%20v%20lagere.pdf (дата обращения: 25.03.2018).
9. Комитет Государственной Думы по вопросам семьи, женщин и детей провел специальное (расширенное) заседание на тему: «Совершенствование законодательства в сфере отдыха детей и их оздоровления. Об итогах летней оздоровительной кампании 2017 года» под председательством первого заместителя председателя Комитета Ольги Окуневой // Официальный сайт Государственной Думы Федерального собрания Российской Федерации. 2017. URL: http://komitet2-6.km.duma.gov.ru/Novosti_Komiteta/item/15031553 (дата обращения: 20.03.2018).
10. Тихонова Л. Н. Отчет по итогам летней оздоровительной практики / ФГБОУ ВПО «Удмуртский государственный университет»; Институт психологии, педагогики и социальных технологий; кафедра педагогики и педагогической психологии. Ижевск, 2014. URL: http://privetstudent.com/otchety-po-praktike/4008-otchet-po-praktike-v-letnem-lagere-dol-druzhba.html (дата обращения: 25.03.2018).
11. Фодоря А. Ю., Заярская Г. В., Сладков Г. Д. Разработка и апробация методики качественного анализа педагогических дневников вожатых (из опыта ГАУК «МОСГОРТУР») // Детский отдых 2017: сборник материалов по итогам XI Международного конгресса лагерей и III Международной конференции «Индустрия детского полезного развивающего отдыха» (КИДПРО-2017) (9—13 октября 2017 г.) / под общ. ред. Е. С. Митрейкиной, Г. В. Заярской, А. Ю. Фодоря. М., 2017. С. 122—127.

Р. А. Убайдуллаева

ФОРМИРОВАНИЕ И ИЗУЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ: ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА

УБАЙДУЛЛАЕВА Рано Ахатовна — академик АН Республики Узбекистан, директор Центра изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр».
E-MAIL: info@ijtimoiy-fikr.uz

За 20 лет своего существования Центр изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр» провел более 450 комплексных целевых социологических исследований и опросов общественного мнения по наиболее значимым вопросам социально-политической жизни узбекистанского общества. Ими было охвачено более 7 000 махаллей и около 2 500 сельсоветов из всех областей республики. Количество респондентов, принявших участие в опросах, составило свыше 560 тыс. человек.

Основными комплексными исследованиями Центра, которые проводятся в режиме мониторинга с 1998 г., являются: «Узбекистан: Общественное мнение»; «Судебно-правовая реформа»; «Молодежь Узбекистана: нравственность, жизненные позиции, социальные ориентиры»; «Семья и нравственность»; «Национальное самосознание узбекистанцев»; «Национальные и общечеловеческие ценности граждан Узбекистана»; «Узбекистан — наш общий дом»; «Уровень религиозности населения Узбекистана», «Узбекистан многонациональный», «Формирование деловой среды для развития активного предпринимательства на основе инновационных идей и технологий», «Женщина Узбекистана: социальное самочувствие и социальное настроение». Это позволило накопить значительный объем эмпирического материала и в динамике проследить за основными тенденциями развития узбекистанского общества, изменениями в его мировоззрении, самочувствии и ожиданиях от реализуемых реформ.

На основании использования методики, разработанной Центром методологии и методов контент-анализа периодической печати, осуществляется регулярный мониторинг прессы Узбекистана. Начиная с 1999 г., проведено более 120 исследований по таким актуальным проблемам, как освещение на страницах центральных и региональных изданий вопросов духовности, демократических преобразований, хода судебно-правовой реформы, стратегии действий по дальнейшему развитию Республика Узбекистан и ряда других.

Центр изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр» выступает в качестве методологической базы для целостного анализа общественного мнения, выполняет функцию обратной связи между государством и обществом, накопления эмпирического знания об общественных процессах и явлениях. Для исследований приоритетное значение имеют макросоциальные условия, т. е. состояние духовно-нравственной сферы общества и тенденции изменения ценностных установок населения. Это обусловлено тем, что в настоящее время в мире происходит прагматизация духовно-нравственной сферы. При этом ключевое значение, объединяющее психологический и мировоззренческий уровни, внутренний духовный мир и нравственную позицию по отношению к обществу имеет принятая в обществе система ценностей.

В ходе исследований учитываются значительное количество социально-стратификационных дифференцирующих признаков оценки каждой социально-системной группы: демографические, территориальные, национальные, религиозные, семейные, экономические, профессионально-образовательные и др.

Обобщенный анализ изучения общественного мнения среди населения Узбекистана, проведенный Центром «Ижтимоий фикр» за 20 лет своего существования, позволяет выявить основные приоритеты оценок общественным мнением состояния и развития демократических институтов и процессов в Узбекистане, которые заключаются в следующем:

1. Результаты анализа опросов общественного мнения показывают устойчивую тенденцию общего роста приверженности населения к демократическим идеалам и ценностям. Это свидетельствует о поддержке населением курса страны на строительство светского демократического правового государства и гражданского общества.
2. Граждане Узбекистана в качестве главных достижений страны отмечают сохранение мира и стабильности, межнациональное, межконфессиональное согласие, создание основ демократического правового государства и гражданского общества, международное признание и рост ее авторитета в мировом сообществе. Узбекистан — страна с многонациональным населением, где в мире и согласии проживают 130 наций, относящиеся к 16 религиозным конфессиям, создано 137 национальных культурных центров, где некоренное население может реализовать свою потребность в этнокультурной идентичности.

3. Опросы показали, что наряду с сохранением традиционных ценностей в узбекистанском обществе вырос авторитет таких общедемократических ценностей, как уважение к закону и правам человека, уважение к женщине и пожилым людям, гражданское участие в жизни общества и государства. В общественном сознании укрепляется личная гражданская ответственность.
4. По мнению большинства граждан, одним из наиболее существенных факторов стабильности общества и наиболее ярким показателем соблюдения прав человека в Узбекистане является подлинная свобода вероисповедания, отсутствие ущемления прав верующих.
5. Результаты опросов позволяют утверждать, что в сознании населения прочно укоренилось мнение, что все граждане, независимо от их материального положения, социального статуса, национальной принадлежности, вероисповедания, равны перед законом. В ходе опросов выявлена самооценка гражданами уровня знаний своих конституционных и гражданских прав. Опросы показали, что в обществе растет понимание важности и необходимости надежного обеспечения прав человека и гражданина, само это понятие становится одним из базовых для массового сознания.
6. Состояние межнациональных отношений оценивается абсолютным большинством граждан страны позитивно. Население считает межнациональную обстановку в Узбекистане спокойной.
7. Опросы общественного мнения свидетельствуют о безусловной поддержке населением целеустремленного и сбалансированного внешнеполитического курса руководства страны, направленного на укрепление мира и согласия в Центральной Азии, а также взаимодействие Узбекистана с ведущими государствами мира, в том числе Россией, Китаем, Южной Кореей, странами Европейского союза и др.
8. Центр «Ижтимоий фикр» со дня его организации ведет активную работу по налаживанию двусторонних отношений с ведущими социологическими центрами зарубежных стран. В частности, с Сектором социальных и гуманитарных наук ООН по вопросам образования, науки и культуры, Международным консульством по социальным наукам (ISSC), ООН (UN-HABITAT) (Франция); Региональным подразделением социальных и гуманитарных наук Азиатско-Тихоокеанского региона (Таиланд, Бангкок); Гарвардским Университетом (США); Фондом им. Фридриха Эберта, Научно-исследовательским центром по изучению Восточной Европы при Университете г. Бремен (Германия);

Институтом социологии РАН, Всероссийским Центром изучения общественного мнения (ВЦИОМ), журналом «Социологические исследования» (СОЦИС), Российским обществом социологов (Российская Федерация) и др.

9. Центром изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр» совместно с Академией наук Республики Узбекистан проводится постоянно действующий республиканский научно-практический семинар «Актуальные проблемы и формирование общественного мнения в Узбекистане: теория, методы, практика». В работе семинара принимают активное участие и неоднократно выступили с докладами ведущие социологи Российской Федерации: директор Федерального научно-исследовательского социологического центра, академик РАН М. К. Горшков; главный редактор общественно-политического журнала «Социологические исследования» (СОЦИС)[1], член-корреспондент РАН Ж. Т. Тощенко; президент общества социологов РФ, д. ф. н. В. А. Мансуров; директор по международным и общественным связям ВЦИОМ, к. п. н. Д. В. Поликанов; руководитель мониторинговых исследований, Н. Н. Седова. Согласно заключенным договорам, статьи российских ученых публикуются на страницах журнала «Общественное мнение. Права человека», а ученых социологов Узбекистана — в научных изданиях Российской Федерации. Таким образом, Центр изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр» и впредь готов к международному взаимодействию и обмену опытом с коллегами для обсуждения перспектив сотрудничества.
10. В Узбекистане возрождаются органы местного самоуправления граждан (махалля), которые являются носителями и хранителями традиций и обычаев народа, реализуют функцию механизма социальной поддержки населения. Именно в махалле на протяжении многих веков формировались и хранились духовно-нравственные устои узбекского народа, его культура, традиции и обычаи, на которых сегодня воспитывается подрастающее поколение. Причем большинство населения страны указывает на то, что махалля играет большую роль в их жизни.
11. Опросы общественного мнения выявили устойчивую тенденцию роста политической активности населения, особенно на выборах в парламент страны и на выборах президента Республики Узбекистан.

[1] С 2018 г. журнал возглавляет доктор философских наук, профессор Г. А. Ключарев.

Опросы общественного мнения надежно выполнили функцию предварительного прогнозирования общественно-политической ситуации. Высокий уровень электоральной активности свидетельствует об усилении личной ответственности и политической зрелости граждан, их заинтересованности в стабильном развитии и процветании страны.

12. Процесс становления гражданского сознания в Узбекистане в целом отличается нарастанием позитивной устойчивости и интенсивности. Особо активно происходят изменения в общественном сознании молодежи, однако и лица старшего возраста в целом успешно адаптируются к новым общественным и экономическим реалиям.
13. Опросы выявили позитивные тенденции улучшения условий для профессионального роста женщин и повышения социальной и общественно-политической активности женщин. Женщины Узбекистана, судя по результатам опросов, являются активными и сознательными гражданами страны, все больше вовлекаются в общественно-политическую жизнь, активно поддерживают курс реформ, проводимых в стране.

В целом, как показывают результаты опросов общественного мнения, гражданам Узбекистана присущ достаточно высокий уровень социального оптимизма и уверенности в том, что страна успешно решит стоящие перед ней сложные проблемы и станет высокоразвитой и процветающей.

Таким образом, системное изучение общественного мнения и использование их результатов в социально-экономической, политической и общественной жизни страны обеспечивает важный диалог государства с народом и представляет собой необходимый элемент обратной связи между личностью, обществом и органами государственной власти. Осознание происходящих коренных качественных сдвигов в общественном мнении и поведении позволяет использовать потенциал социологии общественного мнения в интересах повышения эффективности управления общественными процессами по демократизации и либерализации всех сторон жизни узбекистанского общества.

Результаты опросов общественного мнения, проведенных Центром «Ижтимоий фикр», регулярно направляются для ознакомления и принятия практических решений в органы государственной власти и управления: Аппарат Президента Республики Узбекистан, Олий Мажлис Республики Узбекистан, Кабинет Министров Республики Узбекистан, министерства, ведомства, органы власти на местах, различные общественные и неправительственные организации и др. Кроме того, обобщенные результаты опросов общественного мнения на постоянной основе доводятся до широ-

кой общественности через средства массовой информации (телевидение, радио и периодическую печать) и публикации отдельных статей и изданий.

Прошедший период в деятельности Центра совпал со временем коренных преобразований в нашей стране, и его деятельность способствовала осознанию происходящих коренных сдвигов в общественном мнении и поведении. Таким образом, плодотворно использован потенциал социологии общественного мнения в интересах повышения качества и эффективности управления общественными процессами.

За двадцать лет деятельности Центра изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр» заложен методологический, учебно-методический и научно-практический фундамент для его перспективного совершенствования. Анализ опросов общественного мнения и изучения общественно-политической ситуации на местах диктует необходимость дальнейшего развития системы фундаментальных и прикладных социологических исследований, прежде всего — комплексно анализирующих общественно-политическую ситуацию в стране и позволяющих сделать научно обоснованные прогнозы ее дальнейшего развития.

В связи с этим нами разделяется точка зрения президента Всемирной ассоциации общественного мнения Клер Дюрант, которая в своем выступлении «Об изменениях в исследовании», опубликованном 25 декабря 2017 г. на сайте www.youtube.com, отметила возрастающую роль ответственности исследователей за достоверность данных, их анализ и интерпретацию, доведение результатов до широкого круга общественности и органов управления.

Учитывая многонациональный состав населения Узбекистана, несомненный интерес будут представлять проблемные темы, раскрывающие ориентационные настроения национальных общин и их вклад в построение общества социальной справедливости и межнациональной гармонии. Социально-этнический и правовой критерий будет постоянно присутствовать при разработке программ опросов общественного мнения.

Принимая во внимание значение средств массовой информации в информационном обеспечении населения, будут продолжены исследования по изучению оценок общественным мнением средств массовой информации, их роли в формировании мировоззрения граждан.

Результаты проведенных Центром «Ижтимоий фикр» социологических исследований являются важным эмпирическим материалом для серьезных размышлений и фундаментальных теоретических выводов о перспективах дальнейшего устойчивого развития нашей страны по пути углубления демократических реформ и формирования гражданского общества.

VIII-я международная социологическая Грушинская конференция

«Социолог 2.0: трансформация профессии»

18—19 апреля 2018 г.

Материалы конференции

Редактор
А. Н. Кокарева

Дизайн и верстка
А. О. Соляев

105064 Москва, Болотная набережная, дом 7, стр. 1.
Тел.: +7 495 748-08-07 nnsedova@wciom.com www.wciom.ru

При перепечатке материалов ссылка обязательна