

# Социология



**ЖУРНАЛ  
РОССИЙСКОЙ  
СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ  
АССОЦИАЦИИ**

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертации на соискание ученой степени

**4**

**2019**

## Содержание

### ТЕОРИЯ И МЕТОДОЛОГИЯ

- Батуренко С.А.* Социальная стратификация в социологической теории Ральфа Дарендорфа..... **4**
- Журавлева И.А.* Университет в публичном пространстве гражданского общества ..... **14**
- Иванов Р.В.* Качество патриотизма в современной России ..... **21**
- Кравченко А.И.* Труд как первая жизненная потребность: идеологическая заданность и объективная реальность..... **27**
- Малышев М.А.* Законодательное обеспечение механизма повышения эффективности социального партнерства ... **51**
- Тирских М.Г., Дружинин Г.В.* Корпорированность социальных общностей: социологические и правовые аспекты ..... **60**
- Фарахутдинов Ш.Ф. Панова А.В.* Сложности и перспективы развития нейромаркетинговых исследований..... **74**

### ПРИКЛАДНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

- Аверин Ю.П.* Воздействие качества жизни российского населения на его ценностную структуру ..... **87**
- Васильев А.Ю.* Анализ эффективности развития предприятия в современных условиях: социологический аспект..... **111**
- Ким А.С.* Анализ образов национальной нетерпимости и толерантности в виртуальном пространстве..... **121**

- Малых С.В.* Креативный предпринимательский университет (на примере ИГУ) ..... **126**
- Мехришвили Л.Л. Ткачева Н.А.* Особенности здоровьесберегающего поведения жителей крупного города ..... **134**
- Полюшкевич О.А.* Креативность и открытость публичного пространства Иркутска..... **143**
- Сушко В.А.* Социально-экономическое состояние и ощущаемое качество жизни населения России..... **150**
- Трескин П.А.* Изменение места и роли некоммерческих организаций в цифровую эпоху ..... **163**

### СОЦИОЛОГИЯ КУЛЬТУРЫ. СОЦИОЛОГИЯ УПРАВЛЕНИЯ

- Беляева Е.А.* Процесс инкультурации китайских студентов в образовательном пространстве российского вуза ..... **168**
- Гусарова З.В.* Социальная экспертиза качества жизни молодежи Московской области ..... **177**
- Смирнов К.И.* Социально-демографический портрет читателей общедоступных газет в Санкт-Петербурге ..... **184**
- Сокол Л.Н.* Учебные военные центры и военные кафедры глазами дальневосточных студентов..... **189**



|   |     |  |     |
|---|-----|--|-----|
| <i>Шипунова О.Д., Березовская И.П., Кедич С.И.</i> Факторы личностной мотивации в моделировании среды обучения..... | 198 | контексте теоретических оснований концепции инклюзии.....  | 234 |
| <b>ТЕОРИЯ И ИСТОРИЯ КУЛЬТУРЫ. ФИЛОСОФСКАЯ АНТРОПОЛОГИЯ. ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ</b>                                      |     | <i>Серёгин А.А.</i> Цензура СМИ: закон о фейковых новостях.....  | 242 |
| <i>Богатырева Л.Г.</i> Новации и традиции в жизни современной женщины .....   | 210 | <i>Тертешникова Н.Д.</i> Формирование личности в рамках регионального культурного пространства: методологий аспект ..... | 248 |
| <i>Мочалов Е.В.</i> Юрий Крижанич как предшественник идеологии русского мира: к постановке проблемы .....           | 218 | <b>ГЛОБАЛЬНЫЕ И СОЦИЕТАЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ. СОЦИОЛОГИЯ ГЛОБАЛИЗАЦИИ</b>   |     |
| <i>Нурисламов Р.Р.</i> Рок-культура как социально-культурный феномен .....  | 228 | <i>Иванова Л.А.</i> Особенности институционализации политической элиты современной России .....                          | 257 |
| <i>Попов В.В., Музыка О.А.</i> Феноменология времени в  |     | <i>Лагутин Ю.В.</i> Модели и способы коммуникации в современном мире .....   | 266 |



## Социальная стратификация в социологической теории Ральфа Дарендорфа

Батуренко С.А.

В статье рассматривается развитие теории социальной стратификации постиндустриального общества. В настоящее время достаточно сложно представить стратификационные исследования в виде стройной упорядоченной последовательности. Теория социальной стратификации известного немецкого социолога Ральфа Дарендорфа является одной из попыток разработки новой модели объяснения. Немецко-британский ученый известен в социологии в большей степени как автор современной теории социального конфликта. Автор старается показать, что теория социальной стратификации строится Дарендорфом как важнейшая часть общей теории конфликта. Р. Дарендорф осуществляет ревизию экономического детерминизма и прежних подходов к изучению социальной структуры. На основе пересмотра классических теорий и учета современных социальных реалий, ученый предлагает иное видение системы стратификации постиндустриального общества. Пересмотру подвергается классическая классовая теория К. Маркса, на основе анализа которой предлагается один из популярных и продуктивных подходов к изучению проблемы социальной стратификации. Немецкий социолог ставит вопрос о том, под влиянием каких факторов и как трансформировались системы стратификации в современном обществе. Новые принципы формирования социальной стратификации демонстрируют кардинальные изменения, произошедшие в сфере прежних отношений труда и капитала. Дарендорф приходит к выводу о том, что «посткапиталистическое» общество является классовым. Однако его классы существенно отличаются от тех, которые были в эпоху классического капитализма. Разработка нового теоретического подхода к исследованию данной проблемы помогает вывести социологию из затруднений, с которыми она столкнулась во второй половине XX века. Дарендорф расширяет аналитические возможности исследований стратификационной проблематики. Автор стремится продемонстрировать эвристический потенциал идей Дарендорфа для современных исследований социальной структуры.

**Ключевые слова:** социальная стратификация; постиндустриальное общество; конфликт; Ральф Дарендорф.

Во второй половине XX века социально-экономическое развитие западных обществ достигло высокого уровня. Многие процессы, происходящие в нем, не находили адекватного объяснения с точки зрения сложившихся социологических теорий. Западные ученые стали чаще говорить о кризисе общества, а вместе с тем и о кризисе социологии. Господствующие подходы в области исследования процессов социальной стратификации успешно работали при анализе относительно статичного общества. Преобладание системной парадигмы было обусловлено общим характером социальной структуры индустриального общества, которая в результате оказалась непригодной для описания настоящего и прогнозирования будущего ее состояния. Столкнувшись с крупным теоретическим кризисом, западная социология обратилась к поиску новых подходов и в области изучения систем социальной стратификации.

Немецко-британский социолог Ральф Густав Дарендорф (1929-2007), предпринял попытку преодоления теоретического кризиса в социологии в целом, а также разработал современные модели исследования социальной стратификации постиндустриального общества. Р. Дарендорф пользуется широкой известностью в научных и политических кругах стран Запада,



поскольку являлся не только известным социологом, но также и политическим деятелем, как бывший госсекретарь в правительстве ФРГ, депутат Бундестага в 1969 году, заместитель министра иностранных дел. В 1958-1967 годах он был профессором университетов Гамбурга, Тюбингена, Констанца. С 1974 года являлся директором Лондонской школы экономики и политических наук. В 1993 г. Дарендорфу был присвоен титул лорда, и он получил право заседать в верхней палате британского парламента [7].

Ранние работы социолога были связаны с теорией конфликта, поэтому он известен прежде всего, как крупнейший представитель современной теории конфликта [5]. Дарендорф детально разрабатывал методологические проблемы анализа конфликтных обществ и теорию конфликта групповых интересов, развивая при этом определенные элементы марксистского подхода. Его исследования проблемы неравенства и социального конфликта в современных обществах получили широкую известность в мировой социологии.

Особое внимание ученый уделял социологической теории К. Маркса, М. Вебера и Т. Парсонса, тщательный анализ которых позволил ему создать свою собственную концепцию [3, 4, 5]. Дарендорф был убежден в том, что для изучения социальной системы «механизмы беспорядка» имеют одинаковое значение наряду с механизмами социализации и социального контроля. Методологическую важность здесь имеет представление немецкого социолога о том, что конфликтную и консенсусную мо-

дели общества необходимо рассматривать в качестве дополняющих друг друга. Теория социальной стратификации строится Дарендорфом как часть его общей теории конфликта.

Дарендорф начинает с того, что подвергает критике классическую классовую теорию, полемике с которой посвящена большая часть его работ раннего периода. Немецкий социолог приводит доказательства, на основании четырех эмпирических наблюдений, показывающие неэффективность применения традиционной классовой теории К. Маркса к реальностям современного западного общества. Безусловно общество эпохи классического капитализма, или то, которое было описано Марксом, в настоящем изменилось во многих отношениях. Одним из самых заметных изменений, по мнению Дарендорфа, является тот факт, что основные конфликтующие классы, выделяемые Марксом в капиталистическом обществе, буржуазия и пролетариат, больше не являются однородными группами, которые находятся в том же положении и имеют те же установки, если только они вообще сохраняются в современном обществе. Интенсивность конфликтов предполагает, что участвующие в них представляют собой достаточно однородные и цельные группы. Между тем ни капитал, ни труд не развивались в соответствующем направлении. Капитал распался, по меньшей мере, на два отдельных элемента. В социальной структуре это позиции собственников и менеджеров. Сходные процессы наблюдаются и в области труда. В современной промышленности рабочий практически превратился в аб-



стракцию. На месте этого рабочего, утверждает Дарендорф, мы обнаруживаем большое количество групп, имеющих различный статус и квалификацию. Интересы представителей этих групп могут значительно расходиться.

Во-вторых, полагает Дарендорф, это явление, которое можно назвать «разложением» двух антагонистических классов, дополняется тем, что можно назвать их «наращиванием» за счёт фрагментов среднего класса. Если подойти к анализу не с точки зрения социальной стратификации, а с позиций конфликта, то, очевидно, что наёмные служащие не представляют собой «среднего класса», поскольку с точки зрения теории конфликта не может быть такой единицы как средний класс. Действительно, в том, что касается престижа и дохода, многие наёмные служащие занимают положение где-то между очень богатыми и очень бедными, то есть примерно в середине шкалы социальной стратификации. Однако в ситуации конфликта, определяем ли мы её в марксистских терминах или как-то иначе, подобная промежуточная позиция просто не существует, или, по крайней мере, существует только в негативном значении неучастия. Из своего анализа Дарендорф делает вывод, что появление наёмных служащих в первую очередь означает расширение старых классов – буржуазии и пролетариата. Бюрократы присоединяются к буржуазии, а беловоротничковые рабочие – к пролетариату. Это означает, что благодаря подобному наращиванию, два основных класса превращаются в еще более сложные и неоднородные образования.

В-третьих, пишет Дарендорф, в современных обществах наблюдается значительная социальная мобильность. Когда Маркс создавал свои труды, он исходил из того, что позиция, которую индивид занимает в обществе, определяется его семейным происхождением и положением его родителей. В современных условиях класс, состоящий из индивидов, чья социальная позиция не является наследственной, а представляет собой лишь одну из множества социальных ролей, едва ли способен стать такой же могущественной исторической силой, какой был *закрытый класс* в понимании Маркса. Там, где существует регулярная мобильность внутри поколения и между поколениями и где с ней связаны законные ожидания масс, «конфликтные группы едва ли обладают устойчивостью и основательностью, напоминающих касты и состоящих из безнадежно отчуждённых людей. С увеличением нестабильности классов уменьшается интенсивность классового конфликта. Вместо выдвижения своих требований в качестве членов однородных групп, люди предпочитают конкурировать друг с другом за место под солнцем в качестве индивидов» [3. С. 210]. Дарендорф подробно описывает процессы размывания классовой идентичности, перечисляя все возможные группы факторов.

В-четвёртых, особого внимания, по мнению Дарендорфа, заслуживает такой фактор, как развитие эгалитаризма в современном западном обществе. В ходе развития индустриальных обществ в них последовательно осуществлялись три вида гражданских прав, которые оказывали всё более суще-



ственное влияние на процессы классовой дифференциации и классового конфликта. Первое из этих прав – универсализация принципа равенства перед законом. Второй шаг в направлении полного равенства был сделан тогда, когда гражданские права были распространены в XIX в. на политическую сферу. Всеобщее голосование и право создавать политические партии и ассоциации привели к перенесению политических конфликтов из заводских цехов и с улицы в согласительные комиссии и парламенты. Третий шаг – юридические и политические права были дополнены определёнными социальными правами. В настоящее время равенство перед законом, по мнению Дарендорфа, представляет собой реальность, входящую в заметное противоречие с сохраняющимися формами социального неравенства и различий.

Таково в общих чертах содержание критики, которой подвергает Дарендорф классовую теорию К. Маркса. «Капиталистическое общество прошлого», как его видит Дарендорф и как, по его мнению, видел его К. Маркс, то есть общество, в котором два больших «однородных», уподобившихся кастам класса буржуазии и пролетариата неподвижно противостоят друг другу, причём один из них обладает практически «всем», а другой «ничем» – не более чем социологическая фикция. Дарендорф не принимает статичный анализ общества в терминах стратификации и предпочитает ему динамичное исследование с точки зрения классового конфликта.

Конфликтные группы или классы являются для Дарендорфа цен-

ностной категорией, смысл которой может быть понят только в общем контексте теории, отводящей им роль движущих сил бесконечно развивающегося социального конфликта. Дарендорф считает необходимым глубокий анализ содержания классической классовой теории, на основании которого он подвергает эту теорию критике. По мнению ученого, прежняя модель объяснения не отвечает больше реальному смыслу социальных конфликтов и не отражает реальное состояние систем социальной стратификации. А кроме того, она затемняет этот смысл и дает основания для построения иллюзии перехода современного западного общества в бесклассовое.

Теория и практика равенства в посткапиталистическом обществе вызвали изменения тем и условий классового конфликта, возможно, они сделали концепцию класса неприменимой, однако не уничтожили всех проявлений неравенства и, следовательно, не устранили причин социального конфликта. Дарендорф утверждает, что новая интерпретация системы социальной стратификации должна быть направлена на поиск других конфликтных групп. Речь, таким образом, идет о необходимом поиске иного классовобразующего принципа.

Основу формирования конфликтных групп современного западного общества Дарендорф обнаруживает в отношениях господства. В книге «Класс и классовый конфликт» содержится следующее рассуждение на этот счёт. «Путём экстраполяции некоторые авторы ухитрились обнаружить состояние, при котором нет ни классов, ни



классовых конфликтов, поскольку просто не существует поводов для ссор» [3. С. 54]. Дарендорф полагает, что такое состояние вряд ли вообще может возникнуть. Ученый абсолютно уверен в том, что основным источником неравенства в социальной структуре и постоянно действующим фактором классового конфликта является неравенство власти и господства. Классы в этом понимании в результате анализа немецкого социолога оказываются конфликтными группами. В значительной степени это отличает данный подход от классического стратификационного анализа, где страты, как описательная категория, обозначали множественные ранговые позиции некоторых групп, расположенных на иерархических шкалах. Автор пишет: «Класс обозначает конфликтные группы, которые возникают в результате дифференцированного распределения авторитета в императивно координированных ассоциациях» [10. Р. 204]. Классы становятся аналитической категорией, отражающей распределение власти между социальными группами. Отношения этих групп носят дихотомический характер господства и подчинения.

Дарендорф достаточно часто в разных работах повторяет тезис о том, что господство следует рассматривать в качестве основного конституирующего элемента общества. Он пишет: «Господство столь же общая характеристика социальных организаций, как и само общество. Несмотря на утверждение Реннера и других социологов, что в некоторых современных обществах проявления господства были устранены и заменены более безличным «господством права» или

какими-то другими формами отношений, не имеющими характер господства, я решительно утверждаю, что господство является неустрашимым началом общественного устройства. В этом смысле оно имеет более общее значение, чем, например, собственность или даже статус» [3. С. 41]. Основываясь на своих наблюдениях, социолог утверждает, что во второй половине XX века мы наблюдаем переход от классового и сословного общества с его традиционной иерархией к *открытому расслоению современных обществ*.

Одним из основных вопросов для немецкого социолога является вопрос о рабочем классе, его роли и месте в социальной структуре постиндустриального общества. Дарендорф рассматривает взгляды представителей классического классового анализа на пролетариат, отмечая, что вслед за Марксом пролетариат часто представляли просто как массу, то есть как группу, которая лишена какой-либо собственной культуры и структуры. Но в течение всего XX века часть рабочего класса смогла подняться до уровня среднего сословия, вместе с тем широко стал употребляться термин «обуржуазивание», пришедший из классических классовых теорий. Стало очевидно, что утверждение Маркса о превращении пролетариата в единый однородный класс, был опровергнут. Автор отмечает также и другие изменения в области системы социальной стратификации. Под влиянием прогресса промышленности и общего экономического развития массовому росту и широкому распространению подвергся «новый средний слой» служащих частных





фирм и общественных учреждений. Другие социальные слои росли также быстро, как и рабочий класс, и их социальное положение значительно трансформировалось. Учитывая происходящие изменения, Дарендорф делает вывод о том, что рабочий класс в реальности не был бесструктурной массой. Автор утверждает, что, наоборот, этот класс превратился в «могучую, обладающую самосознанием, хорошо конституированную часть общества. При этом он не только добился улучшения собственного жизненного уровня, но и вообще преобразовал характер буржуазной экономики в весьма важном направлении» [З. С. 108]. Дарендорф соглашается с Р. Ароном и Т. Маршаллом в том, что индустриальные общества имеют «тенденцию к созданию различных форм среднего класса и сокращению разницы в доходах. По мере повышения жизненного уровня, вероятно, возникает тенденция к сглаживанию крайних форм деспотизма и усилятся требования социального благополучия» [З. С. 132]. Однако, как считает социолог, данная тенденция может быть временной. Отмечая трансформации в сфере труда, можно сказать, что труд в процессе развития индустриального общества сокращается, но вместе с тем, по мнению ученого, становится более квалифицированным.

Дарендорф ставит таким образом один из основных вопросов, связанных с современными трансформациями системы социальной стратификации. Это вопрос о конфликте между трудом и капиталом, имеющим фундаментальное значение для капиталистического общества. По мнению социолога, что

касается труда и капитала, которые в эпоху индустриального общества находились в жестком противостоянии, то постепенно они налаживали взаимоотношения. Путем переговоров по вопросу заработной платы, используя методы посредничества, противоречия сглаживались. В результате чего, они преобразовались в особую систему правил, которые были зафиксированы законодательно или оформлены тарифными соглашениями. Разногласия, существовавшие между трудом и капиталом с течением времени были признаны легитимным принципом рынка труда. Теодор Гейгер, например, называет этот процесс «институционализацией классового противоречия» [З. С. 145]. Дарендорф соглашается с Гейгером, утверждавшим, что те классы, которые институционализировали свои противоречия, не только снизили их остроту, но способствовали образованию своего рода картеля для защиты общих интересов. Анализ немецких социологов демонстрирует такое современное явление, как корпоративизм, сопровождающее институционализацию или демократизацию классовой борьбы. Базисом демократической классовой борьбы становится организация, основным методом — консенсус. В современном постиндустриальном обществе, защищая свои интересы, люди не действуют в одиночку, они выступают как члены профсоюзов, партий и других различных объединений. Дарендорф пишет: «Борьба ведётся этими объединениями, но в действительности это вовсе и не борьба, а, скорее, многослойный и многоуровневый картель организаций» [З. С. 148].



По мнению Дарендорфа, память о традиционных классовых конфликтах безусловно осталась, однако они отступили на задний план. Во второй половине XX века разные интересы чаще представляют организованные группы, которые заботятся о людях. Но вместе с тем, все меньше можно ожидать общих серьезных требований ускорить социальное изменение. В постиндустриальных обществах, по мнению немецкого социолога, «классы – это категории людей, занимающих одинаковое положение в структурах господства. Они находятся между собой в конфликтных отношениях в силу того, что обычно они «либо стоят у руля, либо нет» [3. С. 149].

В ходе своих исследований Ральф Дарендорф делает несколько важных выводов. Первый вывод касается оценки классового конфликта, которого нет в его классическом понимании в современных обществах. Это не значит, что прежний конфликт исчез совсем. Социолог описывает борьбу за перераспределение, которую ведет класс большинства. Речь идет о том, что классы больше не образуют основы для конфликтов, хотя при попытке осмысления происходящих процессов, часто по-прежнему используется лексика классового конфликта. Второй вывод заключается в том, что в современном обществе наблюдается возникновение новых разделительных линий и антагонизмов, которые пока не порождают масштабных организованных столкновений. Третий вывод касается необходимости учета индивидуальной мобильности, которая постепенно приходит на смену клас-

совой борьбы. Когда люди действуют в качестве членов каких-то организованных групп, то в настоящем это уже не классовые партии, а, скорее, социальные движения или группы особых интересов. Их сегментация объясняется социальными изменениями. Низший слой при этом уже «не имеет своего экономико-социального места». Присущий ему менталитет ведёт его не к организованному представлению интересов, а к разнузданному бунту.

Дарендорф отмечает, что в современном обществе сохраняются проявления прежних конфликтов, к которым относятся и известные формы классового конфликта. Вместе с тем ожидать появления новой его формы, сопоставимой с прежней, не приходится. По мнению ученого, отношения между классом большинства и низшим классом не могут породить и не породят организованных конфликтов, которые можно было бы сравнить с конфликтами между буржуазией и рабочим классом [3. С. 216].

Опираясь на свои наблюдения, немецкий социолог замечает, что социальное неравенство, также как и политические противоречия обрели новый характер. Исчезла необходимость объединения людей друг с другом, находящимся в одинаковом положении, для того, чтобы бороться за свои права в качестве единого класса. Теперь появилась возможность повисить или сохранить свои жизненные шансы, во-первых, путём индивидуальных усилий, во-вторых, посредством участия в различных группах интересов, внешне раздробленных, но инкорпорированных. Наблюдается возникновение



новой солидарности, значение которой еще не успевают осознать. Превращение солидарности на основе классовой принадлежности потеряло свое значение. Новая же солидарность охватывает большую часть всех членов общества. Это позволяет Дарендорфу утверждать, что появляется новый класс, по выражению автора, - «класс граждан, если позволительно столь парадоксальная формулировка; ну, по крайней мере – класс большинства» [3. С. 150].

Характеризуя современное постиндустриальное общество, Дарендорф отмечает определенные изменения в структуре занятости, возникшие ещё в 80-х годах, а именно, более 50% всех работающих оказались в категории «занятых в сфере услуг». Автор пишет: «Если индустрия означает производство, а общества характеризуются в зависимости от преобладающих в них видов деятельности, то на смену индустриальным обществам пришли общества услуг» [3. С. 180]. То есть современный класс большинства – это класс служащих.

Отталкиваясь от критики классовой теории Маркса, Дарендорф сформулировал свою концепцию класса и социальной стратификации. Главная её идея состоит в том, что классовая структура является производной от структуры власти. Именно через отношения власти следует, по мнению ученого, определять категорию класса. Он предлагает в качестве основы классовой стратификации деление на имеющих власть и устранённых от неё, вместо классового деления на имеющих и не имеющих собственности. Такие социальные по-

зиции в сфере власти, по мнению социолога, генерируют противоположные интересы и оформляют современные системы социальной стратификации.

Исследуя изменения, произошедшие в западном обществе с XIX века, Дарендорф отмечал, что «посткапиталистическое» общество является *классовым*. Однако его классы существенно отличаются от тех, которые были в эпоху классического капитализма. Произошло институциональное разделение индустриального и политического конфликтов. Это явилось следствием таких взаимосвязанных процессов, как установление системы коллективных договоров в промышленности и всеобщего избирательного права в политике. В результате этого классовый конфликт в промышленности, как правило, перестал перерастать в политические действия. Теорию социальной стратификации Р. Дарендорфа часто относят к неовейберовскому направлению, поскольку принятая им категория классов основывается на использовании таких понятий как авторитет и власть [9]. Однако можно говорить и о значительном расхождении с известной классической стратификационной концепцией. По отношению к классической классовой теории можно говорить о том же. Новые принципы социальной стратификации демонстрируют кардинальные изменения, произошедшие в сфере прежних отношений труда и капитала. Разработки, предложенные Дарендорфом, являются еще одной попыткой объяснить систему социальной стратификации современного общества.



**Литература**

1. Баньковская Ю.Л. Ресурсный конфликт как фактор дестабилизации социальной системы // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е. Педагогические науки. Философия. 2017. №7.

2. Дарендорф Р. Гражданская ответственность интеллектуалов: против нового страха перед просвещением // Полис (Политические исследования). 1997. №6.

3. Дарендорф Р. Современный социальный конфликт. Очерк политики свободы. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2002. – 288 с.

4. Дарендорф Р. Тропы из утопии. М.: Праксис, 2002.

5. Дарендорф Р. Элементы теории социального конфликта // Социологические исследования. 1994. №5. С.142–147.

6. Кольба А.И. После 2009: современные тенденции управления социальными конфликтами в контексте теории Р. Дарендорфа // Политэкс. Т.7. №1. 2011. с. 39-53.

7. Миняжев Т.Р. Памяти Ральфа Дарендорфа // Социологическое обозрение. Том 8. №2. 2009. с. 94-99.

8. Полякова Н.Л. От трудового общества к информационному: западная социология об изменении социальной роли труда. М.: Наука, 1990.

9. Радаев В.В., Шкаратан О.И. Социальная стратификация. М.: Аспект Пресс, 1996.

10. Dahrendorf R. Class and Class Conflict in Industrial Society. L., 1959.

**Social stratification in the sociological theory of Ralf Darendorf**  
Baturenko S.A.  
Moscow State University M.V. Lomonosov

The development of the social stratification theory of post-industrial society is considered in article. Now it is difficult to present stratification researches in the form of the harmonious ordered sequence. The social stratification theory of the famous German sociologist Ralf Darendorf is one of the attempts to develop a new model of explanation. The German-British scientist is known in sociology more as the author of the modern theory of the social conflict. The author tries to show that the social stratification theory is built by Darendorf as the most important part of the general theory of conflict. R. Darendorf performs audit of economic determinism and previous approaches to the study of the social structure. On the basis of revision of classical theories and accounting of modern social realities, the scientist offers other vision of the stratification system of post-industrial society. The classical class theory of K. Marx is subject to revision based on the analysis of which one of the popular and productive approaches to the study of the problem of social stratification is proposed. The German sociologist raises the question of what factors influenced and how stratification systems were transformed in modern society. The new principles of formation of social stratification show the cardinal changes which happened in the sphere of the former work and the capital relations. Darendorf comes to a conclusion that "post-capitalist" society is class. However his classes significantly differ from those which were during an era of classical capitalism. Development of new theoretical approach to a research of this problem helps to bring sociology out of difficulties which it faced in the second half of the XX century. Darendorf expands analytical opportunities of researches of stratification issues. The author seeks to demonstrate the heuristic potential of the Darendorf's ideas for modern researches of social structure.

**Key words:** social stratification; post-industrial society; conflict; Ralf Darendorf.

**References**

1. Bankovskaya Yu.L. Resource conflict as a factor of destabilization of the social system // Bulletin of Polotsk State University. Series E. Pedagogical sciences. Philosophy. 2017. No. 7.
2. Darendorf R. Civil liability of intellectuals: against a new fear of education // Polis (Political Studies). 1997. No. 6.
3. Darendorf R. Modern social conflict. Essay on the politics of freedom. M.: "Russian Political Encyclopedia" (ROSSPEN), 2002. - 288 p.



4. Darendorf R. Trails from Utopia. M.: Praxis, 2002.
5. Darendorf R. Elements of the theory of social conflict // Sociological studies. 1994. No5. S.142-147.
6. Kolba A.I. After 2009: modern trends in social conflict management in the context of the theory of R. Darendorf // Polytex. T.7. No. 1. 2011.p. 39-53.
7. Minyazhev T.R. In memory of Ralph Darendorf // Sociological review. Volume 8. No. 2. 2009.p. 94-99.
8. Polyakova N.L. From a labor society to an information society: Western sociology about changing the social role of labor. M.: Nauka, 1990.
9. Radaev V.V., Shkaratan O.I. Social stratification. M.: Aspect Press, 1996.
10. Dahrendorf R. Class and Class Conflict in Industrial Society. L., 1959.



## Университет в публичном пространстве гражданского общества

Журавлева И.А.

В статье анализируются особенности развития университетов и становления гражданского общества. Обосновывается роль и место социально-правового статуса университета в правовом и социальном поле общественного воспроизводства.

**Ключевые слова:** публичное пространство, гражданское общество, университет, социальное взаимодействие

Публичное открытое пространство базируется на существовании гражданского общества как особой форме связей и отношений граждан друг к другу, к государству и к стране. Кроме того, «открытость» общества заключается в существовании университетов как формы постоянного воспроизводства базовых условий – критического мышления и автономии.

С самого начала своего существования университет был прототипом и моделью будущего гражданского общества. Чтобы соотнести эти два внешне не близких явления, надо вспомнить несколько существенных особенностей средневековых университетов:

### 1. Автономия университета

Университеты были в числе корпораций средневековых городов, вместе с феодальными властями, ремесленными цехами, купеческими братствами или гильдиями, католическими монастырями и городским самоуправлением. Все эти корпорации имели автономию. Университеты, наряду с другими, имели свои уставы, самоуправление, членство, имущество. Члены universitas (совокупности, сообщества) были неподсудны городским, феодальным и церковным властям, строили свою жизнь по внутренним законам, принципам и этосу, что выстраивалось как совместный договор.



## **2. Равенство членов universitas между собой**

Понятно, что профессора и студенты не были равными в рамках сообщества, они имели разные права и обязанности относительно друг друга. Равенство касалось того, что, попав в университет, человек становился членом университетского сообщества, которое не обращало внимания на тот социальный статус, который он имел до университета. Аристократы и простые мещане, даже время от времени крестьяне, попав в университет, приобретали равный статус и начинали отличаться между собой уже по правилам самого университета. Таким образом, университет отменял сословные привилегии и давал возможность своим членам менять судьбу, predeterminedную им от рождения.

## **3. Способности на первом плане**

Продвижение в университетских сообществах по статусам, позициям и ролям определялось только способностями и трудом самого человека. Происхождение и имущественное состояние почти не влияли на карьеру человека в университете.

## **4. Клубные формы жизни и критическое мышление**

Традиции схоластических диспутов, публичной защиты тезисов и подходов, заложенные с самого начала создания университетов, сохранялись в университетах во все времена их существования. В этих формах жизни воспитывались принципы свободы мышления, возможности рефлексии и критики политических, социальных и рели-

гиозных догм, которые не подлежали критике нигде за пределами университетской среды.

Было бы преувеличением сказать, что деятели бюргерских движений Средневековья или вожди буржуазных революций Нового времени, также как и просветители XVIII века, руководствовались университетскими идеалами в своей политической борьбе и деятельности, но абсолютно очевидна ориентация на ценности, знакомые им через университеты. Университет был для них прототипом и моделью при построении национальной общности, где должны быть: 1) автономия и самоуправление; 2) равенство граждан, независимо от происхождения; 3) определение ценности человека по его способностям; 4) культивирование критического мышления.

Социальные и политические движения Нового времени, в которых зарождалось гражданское общество, имели и другие идеалы и цели, нельзя говорить, что университет был единственным прототипом. Наверное, он не был даже и главным. Просветители и революционеры ориентировались также на античные образцы и примеры, на теоретическое и концептуальное обоснование.

Но университет являлся тем ориентиром, который был им знаком не из литературы или теоретически, а непосредственно – через опыт и жизненную практику. Они учились в университетах, могли напрямую получить этот опыт критичности, равенства и автономии. Они жаждали видеть в обществе то, что видели в университетах. Если возможно было реализовать эти принципы в университете, зна-





чит, они могли быть реализованы также и в городе, и в масштабе нации [1].

Но эта возможность могла осуществиться только при соответствующих условиях, и главным из них было образование и просвещение. Именно поэтому первые революционеры ориентировались на мышление и знание как на основания и для преобразований в обществе, и для демократических ценностей, то есть они были просветителями. Лучшие представители и лидеры социальных и общественных движений оставались просветителями и в XIX, и в XX веках.

В некотором смысле, можно сказать, что создатели гражданского общества от XVIII до XX века «закаливались» в университетских сообществах и переносили привычки, правила и традиции из университета на общественную жизнь и на принципы построения гражданского и национального сообществ.

Исключением здесь являются деятели американской революции и создатели американской нации. Они в большей степени ориентировались на воплощение библейских принципов. Хотя и они тоже брали уверенность в возможности реализации этих принципов из своего университетского опыта [2]. Отчасти университеты XVII-XVIII веков в Северо-Американских штатах обеспечивали потребность в подготовке протестантских пасторов, и значительная часть деятелей американской революции получила образование именно в этих университетах. А эти университеты строились на принципах, перенесенных из Европы, и включали в

себя те характеристики, которые стали прототипическими для гражданского общества.

Современные нации (и гражданское общество как их неотъемлемая часть) рождались, становились и крепились в эпоху, которую принято называть «модерным временем», или модерностью. Это время тянется от XVIII века, и неизвестно, закончилось ли оно т.н. постмодерном, или, может быть, постмодерн – это своеобразное осознание и рефлексия модерна.

Наступление «времени модерна», в частности, характеризовалось переходом от сословного, традиционного к современному, в той или иной степени открытому обществу. Публичное пространство, с одной стороны, базируется на существовании гражданского общества как особой форме связей и отношений граждан страны друг к другу, к государству и к стране. С другой стороны, «открытость» общества заключается в существовании университетов как формы постоянного воспроизводства базовых условий – по крайней мере, критического мышления и автономии. А они, в свою очередь, невозможны без равенства членов общества, независимо от происхождения и приоритета личных способностей.

Таким образом, в открытом обществе университет является уже не столько прототипом и местом получения опыта совместного равного существования, но и необходимой частью, функция которой заключается именно в обеспечении открытости. Вспомним концепт Карла Поппера, касающийся открытого общества, – в соответствии с ним, критическое мышле-





ние и есть то, что эту открытость обеспечивает. А университет – это именно то место, где критическое мышление культивируется и является объектом заботы. Таким образом, эволюция наций и общества в «эпоху модерна» сделала гражданское общество и университет неотрывными друг от друга элементами, которые составляют симбиоз: гражданское общество не может мыслиться без университета, а университет – без гражданского общества.

Можно определить нации и государства, в которых такой симбиоз университета и гражданского общества выглядит вполне естественным, и мы их обозначим как «страны модерна». Это, в первую очередь, страны англосаксонского мира, а также Нидерланды и скандинавские страны [3].

В случае Германии и Франции эта классическая схема немного отягощена другими социальными и политическими условиями, которые нужно рассматривать отдельно (через поражение революционной Франции в ее борьбе против абсолютистских режимов тогдашней Европы и через рассеивание германской нации и процесс ее принудительного объединения).

Но вместе и одновременно со «странами модерна», которые начали свой путь в конце XVIII – начале XIX века, существуют страны и нации, которые «немного опоздали». Они живут не в ситуации модерна, а в состоянии модернизации. Эти страны и нации имеют внешний пример того, как надо или не надо делать. Они не сами вырабатывают свой путь, не сами выдвигают цели, а заимствуют их, стараются копировать те образцы

общественной жизни, которые уже состоялись [6].

В этих странах не было собственных старых, автохтонных университетов. Создание университетов в этих странах само по себе является шагом в процессе модернизации. В этих случаях не работает схема, когда революционеры и лидеры переносят на общество правила и традиции, к которым привыкли в своих университетах. Здесь университеты создаются по трафаретам и шаблонам «стран модерна» – по крайней мере, Гумбольдтский университет берется за типичный образец.

Ярким примером таких стран на пути модернизации является Россия, где университеты изначально создавались государством, фактически всегда оставались государственными и не имели университетской автономии. Исторические описания российских университетов не всегда точны. Часто можно услышать, что, хотя университеты и были государственными, но были созданы по немецкому образцу и имели определенные академические свободы. Это утверждение весьма спорное, так как, начиная с эпохи Реформации, главной свободой является свобода вероисповедания, и в университетах «модерного времени» свобода вероисповедания определялась тем, что на теологических факультетах вместе могли обучаться и католики, и протестанты, так же как и преподавателями могли быть представители разных конфессий.

В российских университетах не было теологических факультетов. Временными исключениями были университеты на присоединенных землях, которые заново создава-



лись в старых университетских городах Дерпте и Вильне и частично сохраняли традиционную структуру вместе с теологическими факультетами. Но время существования Императорского Виленского университета было недолгим (1803-1832).

Поэтому даже те академические свободы, которые существовали в российских университетах, были частичными. Эти университеты способствовали появлению революционных и демократических идей, но революционеры, которые из них выходили, не получали достаточного опыта свободы, гражданского поведения и автономности личности. Российские университеты растили очень специфическую социальную группу, которая получила название «интеллигенция» и которая характеризовалась «европейской образованностью», противопоставляемой традиционному образу жизни. Поэтому интеллигентов часто называли «иностранными в своей стране».

Классический пример России ярко отражает суть модернизации и различия отношений университетов и гражданского общества. Здесь новообразованные университеты сами не имеют традиций, их там нужно еще создать и ввести искусственно. Таким образом, университеты становятся не столько образцом гражданского общества для наций, ставших на путь модернизации, сколько инструментом и средством изменений в обществе [4].

В отличие от «симбиотического сосуществования» университетов и гражданского общества в странах модерна, в ситуации модернизации университеты выступают не как

самостоятельные субъекты и независимые части системы, а являются средством и орудием в руках либо государства, либо политических и экономических элит. Они используют университеты для экономической и технической модернизации, обычно не ставя себе задачи политических изменений. Но образцы классической университетской жизни, вне зависимости от желания элит, тянут вместе с собой существенные черты отношений и принципов, которые напрямую связаны с гражданским обществом.

В таких университетах, которые используются для модернизации, обычно создается частичное университетское сообщество, где принципы свободы допускаются для студентов, а профессура очень похожа на государственных чиновников, и, в общем, не представляет собой какого-то отдельного, тем более автономного, сообщества. Наиболее ярким примером такого состояния может быть Южная Корея 1960-1970-х годов. Университеты Южной Кореи были единственным более-менее свободным местом в стране, в которой царил диктатура, ставшая на путь модернизации.

Никакого гражданского общества в те времена в Южной Корее не было, или оно было очень слабым, существовало в рамках христианских кругов, незначительного количества журналистов и космополитических менеджеров больших компаний. Но в университетах, которые пользовались относительной свободой, возникли студенческие общины, молодежные неформальные движения. Студенты часто бывали раздражены порядками в университетах и своими преподавателями. Это недовольство



приводило к протестам в различных формах. Протесты иногда выливались на улицы, перерастали в многочисленные демонстрации, которые разгонялись властями. Но эти студенческие протесты сосредотачивали на себе внимание других граждан и поднимали политические и общественные вопросы и проблемы. Так искусственное «гражданское общество» студентов способствовало развитию всего гражданского общества, нации и политической культуры в стране.

В менее четких формах то же самое можно наблюдать и в других странах Азии и Латинской Америки, а также в Восточной Европе. Мы наблюдали роль студенческих движений в событиях 1956-го года в Венгрии, 1968-го года – в Чехословакии, в 1980-е годы – в Польше, во время разрушения Берлинской стены – в ГДР, позже – в Сербии и Хорватии, где они стали двигателем и началом формирования гражданского общества и общественных изменений [5].

С определенного времени общество университетов стало глобальным, и университеты классических стран модерна и стран успешной модернизации начали влиять друг на друга и в некотором смысле становиться похожими. По всему миру университеты начали терять былую автономию, причем не обязательно подчиняясь государству, но и через коммерциализацию. Неслучайно Болонский процесс, инициированный четырьмя старыми классическими университетами, очень быстро был подчинен государствам. И теперь Болонским процессом управляют скорее министерства образования, чем сами университеты.

Эти тенденции обуславливают современный мировой кризис университетов и возвращение к дискуссиям вокруг идеи университета, ее переосмысления и поиска новых возможностей для ее реализации.

#### Литература

1. Батянова Л.Н., Журавлева И.А. Институт высшего образования: соотношение понятий «образовательный продукт» и «потребности социального строительства» в регионе // Трансгрессия социокультурного пространства Материалы III Всероссийской научной интернет-конференции. Иркутск. 2015. С. 212-223.
2. Журавлева И.А., Жгун Л.С. Возрастание роли социального капитала в формирующемся обществе знаний // Трансгрессия социокультурного пространства Материалы V Всероссийской научной интернет-конференции. Иркутск. 2017. С. 161-167.
3. Малых С.В. Бренд университета как ресурс консолидации региона // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, и перспективы. Сборник научных трудов. Иркутск, 2019. С. 248-253.
4. Малых С.В., Полюшкевич О.А. Основы продвижения университета: учебное пособие. ИГУ. Иркутск, 2018. 121 с.
5. Полюшкевич О.А. Корпоративная солидарность университета // Alma mater (Вестник высшей школы). 2016. № 12. С. 68-72.
6. Полюшкевич О.А. Образование и социокультурная солидарность // Alma mater (Вестник высшей школы). 2011. № 7. С. 19-22.



**University in the public space of civil society**

**Zhuravleva I.A.**

**Irkutsk State University**

The article analyzes the features of the development of universities and the formation of civil society. The role and place of the social and legal status of the university in the legal and social field of social reproduction is substantiated.

**Keywords:** public space, civil society, university, social interaction

**References**

1. Batyanova L.N., Zhuravleva I.A. Institute of Higher Education: correlation of the concepts of "educational product" and "needs of social construction" in the region // Transgression of the socio-cultural space Materials of the III All-Russian Scientific Internet Conference. Irkutsk 2015.S. 212-23.
2. Zhuravleva I.A., Zhgun L.S. The increasing role of social capital in the emerging knowledge society // Transgression of the socio-cultural space Materials of the V All-Russian Scientific Internet Conference. Irkutsk 2017.S. 161-167.
3. Malykh S.V. University brand as a resource for consolidating a region // Social consolidation and social reproduction of modern Russian society: resources, problems, and prospects. Collection of scientific papers. Irkutsk, 2019.S. 248-253.
4. Malykh S.V., Polyushkevich O.A. Fundamentals of university promotion: a textbook. ISU. Irkutsk, 2018.121 s.
5. Polyushkevich O.A. Corporate solidarity of the university // Alma mater (Bulletin of higher education). 2016. No. 12. P. 68-72.
6. Polyushkevich O.A. Education and sociocultural solidarity // Alma mater (Bulletin of higher education). 2011. No. 7. S. 19-22.



## Качество патриотизма в современной России

**Иванов Р.В.**

В работе дается анализ условий развития патриотизма, анализируются способы формирования «качества» патриотизма в современной России. Вводится понятие «качество» патриотизма и обосновывается его перспективность изучения. Доказывается, что формальным критерием реализации в повседневной жизни россиян патриотизма выступает развития институтов гражданского общества и открытость их функционирования.

**Ключевые слова:** патриотизм, Россия, качество, общество, социальная динамика

Патриотизм выступает основой социального воспроизводства общества, базовым условием формирования гражданственности, социальной активности и социальной солидарности. Патриотизм – это основа социального единства нации, народа, общества. Поэтому становится актуальной тематика патриотического воспитания, формирования естественных и социальных установок.

Эффективность управления зависит от того, насколько власть способна договориться с обществом, организовать с ним своевременный и эффективный диалог. Положительное отношение граждан к политической власти, ее решениям является необходимым условием и показателем ее легитимности. Публичность – неременная предпосылка демократии, поскольку переход к публичному управлению происходит вместе с демократизацией отношений между институтами и субъектами политики. Государство должно использовать качественно новый инструментарий, которым может стать консенсус, то есть общественно-политическое согласие, в соответствии с которым политические актеры обязались бы не использовать аморальные средства достижения политических целей.

Вопросами содержания патриотизма занимались множество ученых (Ю.В. Борисова [3,4], О.А. Полюшкевич [9,10], А.Г. Санина [11] и другие).



Неоднозначность данного явления в том, что он отражает высшие чувства к Отчизне, к Родине, имеет яркую эмоциональную окраску и зачастую граничит с национализмом. Весьма кратко это понятие можно трактовать как отношения индивида или группы людей с государством.

В самом общем виде патриотов можно разделить на две группы: радикальные и конструктивные. Первые, достаточно жестко, а порой и слепо, следуют радикальной идеологии государства, зачастую строящейся на идеях превосходства над другими народами. Как показывает история, на основе такого патриотизма возникают тоталитарные и авторитарные режимы, шовинистские и националистские идеологии. Конструктивный патриотизм строится на отстаивании интересов Родины и людей, живущих на ее территории, любви и верности Отечеству. Он может допускать критику режима, идеологии, методов достижения единства народа, зачастую предлагая альтернативные варианты мобилизации сограждан. В чистом виде, конструктивный патриотизм является основой и условием развития гражданского общества (Л.Н. Батянова и И.А. Журавлева [1], Р.В. Иванов [2,5,6,7,8]). Современные экономические условия могут, как сплотить общество, так еще больше его дифференцировать, через конструирование новых социальных мифов, формирования новых экономических притязаний и новой социальной структуры (В.А. Скуденков [12-14]).

Патриотизм должен включать в себя четыре уровня восприятия социального воспроизводства.

1) Когнитивный уровень – знания о истории и культуре государства, географии и климате, демо-

графии и прочих социально важных сферах жизни страны.

2) Эмоциональный уровень – эмоционально оценочное восприятие страны, сограждан, прошлых, настоящих и будущих событий, связанных с жизнью государства.

3) Идеальное нормативно-ценностное представление о «настоящем гражданине», «настоящем патриоте» государства, которое формируется на государственном уровне и реализуется в повседневной жизни каждым обывателем.

4) Поведенческий уровень – непосредственные действия и поступки, которые иллюстрируют уровень патриотизма гражданина, показывают его самооценку в структуре патриотизма государства.

По результатам нашего исследования, проведенного в 2018 году, в Сибирском федеральном округе, в котором приняло участие 2400 человек в возрасте от 18 до 75 лет, 60% женщин и 40% мужчин, патриотами себя считают 76 % респондентов. Но при этом, готовы отстаивать, реально показывать свой патриотизм лишь половина – 37 %. Это говорит о том, что в обществе сильны представления советского прошлого, что быть патриотом нужно. Но для современных людей не очень понятно как им сейчас быть, что необходимо делать, как проявлять и доказывать.

Больше половины респондентов (56 %) считают, что живут в Великой стране, которая намного лучше всего мира и гордятся ей. Хотели бы уехать из России 42% респондентов, полагая, что им тут делать нечего. Т.е. 34 % тех, кто себя считает патриотом, все же хотят уехать. Это не является противоречием, если посмотреть на ситуацию с другой сто-



роны. Одно дело любить Родину, народ, культуру, историю, а совсем другое дело уважать власть, ценить те социально-экономические условия уровня и качества жизни, что создает эта власть. Поэтому, достаточно серьезная доля респондентов, готовы также быть патриотами своей страны, но за ее пределами. В этом прослеживается одно из парадоксальных явлений современности. Сто и более лет назад – такое просто не могло никому прийти в голову.

Жители СФО гордятся природными богатствами (77 %), историей и культурой (54 %), спортивными и научными достижениями (48 %), размерами страны (36 %). Отдельно указывается респондентами – присоединение Крыма к РФ. Своими согражданами гордятся лишь 11 % респондентов. То есть, россияне гордятся ресурсами и прошлым страны, но в настоящем и будущем достаточно аморфные образы.

В современной России патриотизм формируется классическим способом – через конструирование образа врага. Враги, это те, кто наложил экономические санкции (54 %), мигранты, которые могут разрушить общество как в Европе (39 %), запрет на участие наших спортсменов в Олимпиаде в Корее (34 %). Практически треть респондентов (33 %) поддерживают политику изоляции России от Европы и США.

Демократия рождается именно в поисках эффективных механизмов разрешения конфликтов между властью и политической оппозицией. Динамический процесс демократизации запускается благодаря длительной борьбе, что необходимо для зарождающейся демократии. Отношения между властью и оппозицией в подавляющем большинстве случа-

ев являются напряженными, неуступчивыми, а иногда и конфликтными. Однако уровень напряжения между ними не должен достигать апогея каждый раз, когда власть инициирует то или иное предложение, и не делить соответствующим образом общество на два враждебных лагеря. Поиск консенсуса по ключевым вопросам государственного устройства и функционирования – вот главная цель взаимодействия между властью и оппозицией [2].

– первый В демократических обществах обычно выделяются три объекта возможного согласия, которые могут быть трансформированы в соответствующие им уровни консенсуса:

уровень – показывает, или разделяет определенное общество одинаковые ценности и цели; обозначает согласие по базовым нормам и принципам большинства членов общества;

– второй уровень – устанавливает правила политического поведения, которые фиксируются в конституциях; обозначает согласие большинства относительно главных «правил игры» (например, признание результатов выборов, состоявшихся);

– третий уровень – выдвигает на первый план проблему отношений между властью и оппозицией; обозначает согласие большинства относительно основных форм организации политической власти (например, признание определенной формы правления) – различия могут возникать по отношению к определенным членам правительства, а не к форме правления.

Главным среди правил взаимоотношений между ветвями власти и силами, которые находятся за ними,





должно быть правило, определяющее порядок урегулирования конфликтов (в частности – между властью и оппозицией). Если политическое сообщество не сумеет определить такой порядок, оно будет конфликтовать по любому поводу, создавая угрозу политической нестабильности и гражданских столкновений. Успешность урегулирования конфликтов, возникающих в процессе взаимодействия власти и оппозиции, по нашему мнению, определяется их готовностью к поиску политического консенсуса. В условиях борьбы между властью и оппозицией неотъемлемым условием политической стабильности является наличие в обществе консенсуса, основанного на том, что при любых условиях, при всех расхождениях интересов, объективно существует сфера потенциального согласия.

Можно выделить следующие ключевые признаки механизма решения внешнеполитических противоречий:

- коллегиальный характер выработки и принятия внешнеполитических решений, привлечение к этому процессу всех (или максимально возможного количества) субъектов международной деятельности;

- опора при выработке внешнеполитических решений на глубокую аналитику, на экспертизу, которая обеспечивается не только правительственными исследовательскими центрами, но и неправительственными организациями, то есть на широкое экспертное сообщество;

- применение стратегического планирования, которое основывается на краткосрочном, среднесрочном и долгосрочном прогнозировании;

- прозрачность механизма принятия внешнеполитических решений, которая определяется сотрудничеством со СМИ, в частности, проведением регулярных брифингов субъектами международной деятельности (прежде всего внешнеполитическими ведомствами).

В развитых странах мира считается, что прозрачность принятия и реализации внешнеполитических решений обеспечивает достижение общенационального консенсуса по внешнеполитическим вопросам, поскольку процедуры и логика принятия и выполнения таких решений исполнительной властью становятся доступными для понимания широкой общественностью;

- строгая исполнительская дисциплина в реализации внешнеполитических решений.

Таким образом, мы можем говорить, что внешние условия, зависимость от социально-экономического и политического положения страны воздействует на уровень патриотизма, а не идеологическая сострадающая линии партии. Более того, общество консолидируется не вокруг позитивных событий, способных сплотить общество, а вокруг негативных, деструктивных процессов.

Наиболее развитым, среди респондентов является только эмоциональный уровень патриотизма. Но надо понимать, что без поддержки всех остальных уровней, он в скором времени станет формальным, войдет в привычку и потеряет смысл, так как без когнитивного и поведенческого уровня, формируемого на основе идеальных нормативно-ценностных представлений о патриотизме и патриотах, нельзя построить консолидированное об-





щество, разделяющее ценности патриотизма и любви к Родине.

### Литература

1. Батянова Л.Н., Журавлева И.А. Гражданская активность как фактор социально-политической стабильности региона (социально-философский аспект) // Социальные проблемы и безопасность российских регионов. Материалы второго Байкальского научного социологического симпозиума. 2015. С. 177-186.
2. Батянова Л.Н., Иванов Р.В. Социально-политические основы развития гражданского общества. Иркутск, Изд-во ИГУ. 2017. 146 с.
3. Борисова Ю.В. Особенности восприятия территориального развития: лики патриотизма жителей Иркутской области // Социокультурные аспекты деятельности силовых структур. Материалы межвузовской научной конференции, Иркутск, ФГКОУ ВО ВСИ МВД России, 2017. С. 151-157.
4. Борисова Ю.В. Патриотизм в структуре гражданской идентичности // Актуальные проблемы российского общества в контексте новых вызовов современности. Всероссийская научно-практическая интернет-конференция. – Вологда, ИСЭРТ РАН, 2017. С. 151-158.
5. Иванов Р.В. Гражданская активность в России // Трансформация человеческого потенциала в контексте столетия / Под общей редакцией проф. З.Х. Саралиевой: В 2 т. Т 1. – Н.Новгород: Изд-во НИСОЦ, 2017. С. 530-534.
6. Иванов Р.В., Полюшкевич О.А. Патриотизм и идентичность в современных российских фильмах // Известия ИГУ. Серия «Политология. Религиоведение». 2016. Том 18. С. 44-55.
7. Иванов Р.В. Изменение смыслов патриотизма в молодежной среде (2010 и 2017 гг.) // Социология. 2018. № 2. С. 108-112.
8. Иванов Р.В. Толерантность, патриотизм и социальное неравенство // Социология. 2018. № 4. С. 20-22.
9. Полюшкевич О.А. Духовное лидерство в современной России (2000-2015 гг.) // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, и перспективы: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции/ отв. ред. О.А. Кармадонов, О.А. Полюшкевич. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2016. С. 156-168.
10. Полюшкевич О.А. Социальная солидарность в условиях политического консенсуса // Культура политического консенсуса и толерантность в деятельности управленческих и общественных структур в условиях современных угроз и вызовов. Материалы Межрегиональной научно-практической конференции. Иркутск, Изд-во ИГУ, 2017. С. 189-195.
11. Санина А.Г. Патриотизм и патриотическое воспитание в современной России // Социологические исследования. 2016. №5. С. 44-53.
12. Скуденков В. А. Экономический патриотизм и социальные притязания молодежи // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы : материалы IV всерос. науч.-практ. конф. /ФГБОУ ВО «ИГУ» ; [под общ. ред. О. А. Кармадонова, О. А. Полюшкевич]. Иркутск : Изд-во ИГУ, 2018. С. 376-382
13. Скуденков В.А. Мифологическое моделирование экономиче-



ских притязаний в обществе риска // Культура политического консенсуса и толерантность в деятельности управленческих и общественных структур в условиях современных угроз и вызовов. Материалы Межрегиональной научно-практической конференции. Иркутск, Изд-во ИГУ, 2017. С. 119-122.

14. Скуденков В.А. Экономические притязания в структуре патриотизма студенческой молодежи // Alma mater (Вестник высшей школы). 2018. №2. С. 82-85.

**The quality of patriotism in modern Russia**  
**Ivanov R.V.**

Irkutsk State University

The paper gives an analysis of the conditions for the development of patriotism, analyzes methods of forming the "quality" of patriotism in modern Russia. The concept of "quality" of patriotism is introduced and its prospects for study are substantiated. It is proved that the development of civil society institutions and the openness of their functioning are the formal criterion for the implementation in everyday life of Russians of patriotism.

**Keywords:** patriotism, Russia, quality, society, social dynamics

**References**

1. Batyanova L.N., Zhuravleva I.A. Civic activity as a factor in the socio-political stability of the region (socio-philosophical aspect) // Social problems and security of the Russian regions. Materials of the second Baikal scientific sociological symposium. 2015.S. 177-186.
2. Batyanova L.N., Ivanov R.V. Socio-political foundations of the development of civil society. Irkutsk, ISU Publishing House. 2017. 146 s.
3. Borisova Yu.V. Features of the perception of territorial development: the faces of patriotism of residents of the Irkutsk region // Sociocultural aspects of the activities of power structures. Materials of the inter-university scientific conference, Irkutsk, Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Vocational Education of the All-Russian Ministry of Internal Affairs, 2017.
4. Borisova Yu.V. Patriotism in the structure of civic identity // Actual problems of Russian society in the context of new challenges of our time. All-Russian Scientific and Practi-

cal Internet Conference. - Vologda, ISEDT RAS, 2017.S. 151-158.

5. Ivanov R.V. Civic activism in Russia // Transformation of human potential in the context of the century / Edited by prof. Z.H. Saraliev: In 2 vols. T 1. - N.Novgorod: Publishing House of IISC, 2017.S. 530-534.
6. Ivanov R.V., Polyushkevich O.A. Patriotism and identity in contemporary Russian films // Izvestia ISU. Series "Political Science. Religious studies." 2016. Volume 18. S. 44-55.
7. Ivanov R.V. Changing the meanings of patriotism in the youth environment (2010 and 2017) // Sociology. 2018. No. 2. P. 108-112.
8. Ivanov R.V. Tolerance, patriotism and social inequality // Sociology. 2018. No. 4. P. 20-22.
9. Polyushkevich O.A. Spiritual leadership in modern Russia (2000-2015) // Social consolidation and social reproduction of modern Russian society: resources, problems, and prospects: Materials of the II All-Russian Scientific and Practical Conference / ed. ed. O.A. Karmadonov, O.A. Polyushkevich. Irkutsk: Publishing house of the ISU, 2016.S. 156-168.
10. Polyushkevich O.A. Social solidarity in conditions of political consensus // Culture of political consensus and tolerance in the activities of managerial and public structures in the face of modern threats and challenges. Materials of the Interregional scientific-practical conference. Irkutsk, ISU Publishing House, 2017.S. 189-195.
11. Sanina A.G. Patriotism and patriotic education in modern Russia // Sociological studies. 2016. No5. S. 44-53.
12. Skudenkov V. A. Economic patriotism and social claims of youth // Social consolidation and social reproduction of modern Russian society: resources, problems, prospects: materials of IV all-Russia. scientific-practical conf. / FSBEI HE "IGU"; [under the total. ed. O. A. Karmadonova, O. A. Polyushkevich]. Irkutsk: Publishing house of the ISU, 2018.S. 376-382
13. Skudenkov V.A. Mythological modeling of economic claims in a risk society // Culture of political consensus and tolerance in the activities of managerial and public structures in the face of modern threats and challenges. Materials of the Interregional scientific-practical conference. Irkutsk, Publishing house of the ISU, 2017.S. 119-122.
14. Skudenkov V.A. Economic claims in the structure of student youth patriotism // Alma mater (Bulletin of higher education). 2018. No2. S. 82-85.



## Труд как первая жизненная потребность: идеологическая заданность и объективная реальность

Кравченко А.И.

Цель статьи – на основе краткого исторического очерка советской социологии послевоенного периода раскрыть микро- и макро-содержание концепции труда как первой жизненной потребности, по-новому взглянуть на ее роль в идеологическом обосновании перехода от социализма к капитализму. Для выявления международного контекста формирования данной концепции автор приводит американский опыт исследования труда как приоритетного жизненного интереса и показывает, что с его помощью увеличивались достоинства капитализма. В результате выявляется идеологическая заданность подобной трактовки общественного труда не только на региональном, но и на международном уровне.

**Ключевые слова:** труд как первая жизненная потребность, центральный жизненный интерес, удовлетворенность трудом, советская и американская социология

На философский вопрос «Как возможно научное знание?» (И. Кант) социология отвечает анализом социально-демографических, классовых, расово-этнических, профессионально-технических характеристик субъектов (производителей и потребителей, распространителей и толкователей научного знания), условий возникновения (особенности исторической эпохи, социальная и политическая структура общества, культурные традиции народа) и функционирования (системные особенности и степень зрелости института науки, механизмы научной коммуникации, наличие социального, идеологического заказа, готовность научной инфраструктуры, открытость и неподцензурность результатов научного творчества, масштабы включения в международное разделение научного труда) научного знания. Корпусом этих и родственных вопросов занимаются такие научные дисциплины, как социальная эпистемология, социология науки и социология знания.

Фокус внимания автора – социальная обусловленность функционирования научно-социологического знания о труде в СССР послевоенного периода, т.е. 1950-1980-х годов. Мы попытаемся ответить на ряд вопросов, в том числе: почему именно трудовая проблематика вышла на первый план в советской социологии; почему она приобрела совер-



шенной конкретный формат превращения труда в первую жизненную потребность; каким образом на этот процесс могли повлиять исторические, идеологические, экономические и социальные факторы. В свое время, подчеркивая важность социолого-эпистемологического подхода к научному знанию, П. Фейерабенд предложил даже более радикальную версию, которую называл «антропологией познания» — наукой с человеческим лицом. По его мысли «антропология познания» призвана представить всякую систему знания как продукт практической деятельности сообщества людей, как выражение их интересов и потребностей, стихийно складывающихся стереотипов восприятия и мышления, ценностных и эмоциональных структур. Только так представленная наука перестает быть отчужденным знанием и становится наукой с человеческим лицом<sup>1</sup>. Эта цель, правда, достигается за счет того, что наука «прощается с разумом»<sup>2</sup>.

В центре всей социологической проблематики тех лет находилась не семья или образ жизни, а промышленный труд, которому придавалось наивысшее значение по ряду причин. Во-первых, он олицетворял ведущий класс общества и исторического гегемона – рабочий класс. Во-вторых, превращение труда из средства существования в первую жизненную потребность людей служил индикатором перехода советского общества с одной исторической ступени – социализма, на другую, более высокую, коммунистическую. В-третьих, изменение в самом про-

мышленном труде – его интеллектуализация – выступало мерилем скорости процесса превращения труда из средства в самоценность. Вместе с тем интеллектуализация рассматривалась социологами как степень успешности продвижения социалистического производства по пути научно-технического прогресса. Таким образом, труд, как никакая другая научная категория, имела высокую теоретико-методологическую, аксиологическую, политико-идеологическую и историческую нагрузку.

*Труд как первая жизненная потребность* – существовавшая в советской социологии труда концепция, согласно которой труд должен служить не только средством существования, но и первой жизненной потребностью, являясь способом самореализации личности<sup>3</sup>. Пафос утверждения преимуществ социализма и его идеализация распространились как раз в тот период, когда особенно явно проявили себя негативные тенденции (коррупция, преступность, скрытая безработица и рестрикционизм), о чем сообщалось даже в материалах XXVII съезда, но о чем не смели заявлять в своих исследованиях советские социологи.

#### **Исторические повороты и перекосы социологии труда**

После смерти Сталина и под влиянием XX съезда в СССР постепенно возобновились конкретные исследования социальных проблем. В 1951 г. наметился прорыв в области институциональной поддержки эмпирических исследований. Совет

<sup>1</sup> Касавин И. Т. Познание в мире традиций. М., 1990, с. 91-96.

<sup>2</sup> Fairabend P. Farewell to Reason. London; New York, 1987.

<sup>3</sup> Другое наименование – *труд как центральный жизненный интерес*.



Министров СССР принял постановление об улучшении организации обследований бюджетов рабочих, служащих и колхозников. В нем отмечалось, что основной задачей ЦСУ СССР в области бюджетной статистики следует считать разработку данных о бюджете квалифицированных и мало-квалифицированных рабочих по отраслям промышленности, тружеников совхозов и колхозов по производственным направлениям и экономическим районам. Эти сведения, говорилось далее, должны характеризовать все доходы семей и все расходы по их назначению, личное потребление членов семьи, источники и размеры приобретения ими продовольственных и промышленных товаров. Количество обследуемых семей было доведено до 50 тыс. в том числе 15 тыс. семей рабочих промышленности СССР. Одновременно бюджеты стали разрабатываться по отраслям производства и группам квалификации. С 1960 г. начали обследоваться также семьи железнодорожников и строителей. В 1970-80-е годы в стране ежегодно проводилось обследование 62 тыс. семейных бюджетов рабочих, служащих, инженерно-технических работников и колхозников<sup>4</sup>. В 1960-е годы под руководством А.М. Востриковой ЦСУ СССР провело обследование рождаемости, фактически повторившее методику обследования С.Г. Струмилина 1934 г.<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Алексеев В.В., Букин С.С. Бюджетные обследования советских рабочих (репрезентативность, значение, методы анализа) // Историкосоведение истории советского общества. Вып. 4. М.: Наука, 1982, с.171-173.

<sup>5</sup> Вострикова А.М. Методы обследования и показатели рождаемости в СССР // Вопросы народонаселения и демографической статистики. М.: Статистика, 1966.

В 1960-е годы в стране проведение конкретных социологических исследований становится все более массовым явлением. Стихийно складываются социологические центры: на Урале в Свердловске (М.Н. Руткевич), в Перми (З. Файнбург), в Ленинграде (В. Ядов и А. Здравомыслов), в Москве (Г.Осипов, Ю.Левада, Н.Наумова, В.Колбановский и др.), несколько позднее в Новосибирске (В. Шубкин, Т. Заславская, Р. Рывкина, В. Шляпентох) и Тарту (Ю. Вооглайд, М. Лауристин, П. Вихалемм). Здесь стали создаваться первые социологические подразделения (лаборатории, группы, сектора). В середине 1960-х годов социологическими исследованиями в стране занимались, по официальной, вероятно, завышенной оценке, две тысячи специалистов<sup>6</sup>. Согласно данным Н.В. Пилипенко, в 1960-е годы в стране существовали около 160 лабораторий и отделов по социологии при обществоведческих институтах АН СССР и республиканских академиях наук, а также вузах, свыше 40 институтов и советов по социологическим исследованиям на общественных началах при республиканских, краевых и областных комитетах партии.

На волне политической «оттепели» появились крупные исследования в сфере труда, давшие заметный толчок развитию прикладной социологии. Заметным явлением в сфере социологии труда стали коллективные монографии «Копанка 25 лет спустя» (М, 1965), «Рабочий класс и технический прогресс» (М., 1967) под редакцией Г.В. Осипова.

<sup>6</sup> Развитие исследований в области общественных наук // Вестник Академии наук СССР. 1966, № 5.



пова и «Человек и его работа» (М., 1967) под редакцией А.Г. Здравомыслова, В.А. Ядова и В.П. Рожина. Конкретные результаты были получены при исследовании проблем рабочего и вне рабочего времени (Институт экономики Сибирского отделения АН СССР), подъема культурно-технического уровня рабочего класса (Уральский университет), процесса превращения труда в первую жизненную потребность (Педагогический институт Красноярска). В конце 1950-х — начале 1960-х гг. сотрудники сектора социологических исследований Института философии АН СССР (А.А. Зворыкин, Г.В. Осипов, И.И. Чангли и др.) провели комплексное изучение новых форм труда и быта на предприятиях Москвы, Горьковской области и других регионов страны. Специалисты Московского университета под руководством Г.М. Андреевой исследовали социальные проблемы автоматизации производства на Первом шарикоподшипниковом заводе (Москва).

В ходе конкретных социальных обследований были получены значительные научные результаты. Так, при изучении культурно-технического уровня рабочего класса группа уральских социологов (М.Т. Иовчук, Л.Н. Коган, Ю.Е. Волков) на большом эмпирическом материале показала, что на смену расчленению труда между отдельными рабочими приходит процесс овладения несколькими специальностями, сочетания функций различной сложности, создающий объективные условия для повышения общекультурного и производственно-технического уровня рабочих. На промышленных предприятиях Горьковской области в 1960-

1964 гг. Г.В. Осипов, В.В. Колбановский, С.Ф. Фролов и др. изучали влияние научно-технической революции на развитие рабочего класса. Исследователи эмпирически зафиксировали «один из важнейших результатов научно-технической революции в промышленности - появление новой группы рабочих, в содержании труда которых на качественно новом, прогрессивном уровне сочетаются умственные и физические операции». В 1961—1965 гг. в Ленинграде было проведено изучение отношения к труду молодых рабочих, в 1976 г. осуществлено повторное исследование этой проблемы и выявлен ряд существенных закономерностей формирования социальных установок к труду. В частности, анализ ценностных ориентаций обнаружил заметный сдвиг у современных рабочих в сторону сбалансированного интереса и к содержанию работы, и к материальному вознаграждению.

В 1960-е годы широко развернулись конкретные исследования социальных проблем труда и управления. Были изучены или находились в стадии экспериментального исследования проблемы профессиональной мобильности и текучести кадров (И.Н. Аитов, Н.С. Антоенков), адаптации молодежи и отношения к труду, повышения, укрепления дисциплины труда, профессиональной ориентации, профессионального выбора (В.Н. Шубкин, М.Х. Титма), социальных резервов повышения производительности труда (Б.Г. Васильев, Ж.Т. Тощенко), мотивации труда (Н.Ф. Наумова, В.С. Магун, В.А. Ядов), социопрофессиональной структуры работников промышлен-





ности (Л.С. Бляхман, О.И. Шкаратан, М.Н. Руткевич, В.С. Семенов), использования вне рабочего времени (Л.А. Гордон, Э.В. Клопов), развития трудового коллектива (В.М. Шепель, В.Г. Подмарков и др.). Изучалось влияние научно-технического прогресса, образования, миграции из деревни в город на динамику социальной структуры (Л.А. Гордон, А.К. Назимова, Н.М. Руткевич, Ф.Р. Филиппов, Г.А. Слесарев, Л.Л. Рыбаковский).

К важнейшим признакам этого периода относится формирование крупных многоуровневых социологических служб (отраслевые министерства, главки крупных производственных объединений, в частности, Министерства электротехнической промышленности, оборонной промышленности, Радиопрома, Минсудпрома, Минпромсвязи, Минмонтажспецстроя, Главмосавтотранса, КАМАЗа, ВАЗа, АЗЛК, «Светланы», Курганприбора, Тираспольского швейного объединения и др.).

В СССР именно в середине 1950-х годов появляется теория развернутого строительства коммунизма (хрущевская программа «построения коммунизма за 20 лет»), а в 1970-е годы – концепция развитого социализма. Та и другая обосновывали высокую ценность общественного труда как первой жизненной потребности. В коллективной монографии<sup>7</sup> сотрудников Института философии АН Украинской ССР (В.А. Буслинский, В.И. Шинкарук, И.И. Чангли, Д.П. Кайдалов, Е.И. Суименко и др.) целые разделы были посвящены обосно-

ванию коммунистического труда как исторически высшего типа труда, идеальной модели общественного труда при коммунизме, становления социальной однородности труда, перерастания социалистического труда в коммунистический, превращения науки в непосредственную производительную силу, превращения труда в первую жизненную потребность, возрастания эстетической ценности труда, взаимосвязи труда и мировоззрения, изучению развития общественных форм управления производством, движения за коммунистическое отношение к труду и социалистического соревнования. Названные темы передавали ту концептуальную матрицу, в рамках которой очень естественно и органично смотрелся труд как первая жизненная потребность.

К ним можно добавить построение социально однородного общества, утверждение социальной справедливости и социального равенства. Считалось, что по мере того, как социализм будет переходить в коммунизм, труд станет превращаться из средства существования в первую жизненную потребность: «Одной из важнейших характеристик коммунистического труда является отношение к нему как первой жизненной потребности»<sup>8</sup>. В книге киевских ученых утверждалось буквально следующее: а) «Одной из важнейших характеристик коммунистического труда является отношение к нему как первой жизненной потребности»; б) «Из объективных факторов, оказывающих наиболее значи-

<sup>7</sup> Диалектика становления коммунистического труда. Киев: Наукова думка, 1978.

<sup>8</sup> Диалектика становления коммунистического труда. Киев: Наукова думка, 1978, с.216.



тельное влияние на отношение работника к своему труду, главным является содержание труда ("интересная работа"). Об этом свидетельствует исследование ленинградских социологов, объектом которых были молодые рабочие»; в) «механизме, превращающем труд в первую жизненную потребность, значительная роль принадлежит фактору удовлетворённости трудом»; г) «Весь строй социалистической жизни, вся система организации труда и производства при социализме создают широкие возможности для социальных перемещений, прогресса роста и продвижения»<sup>9</sup>. Фраза о творческом отношении к работе и превращении труда в первую жизненную потребность каждого советского человека вошла в Конституцию СССР 1977 г.

Труд как первая жизненная потребность – основная тема советской социологии труда на протяжении 30 лет. Последней монографией по данной теме можно считать книгу, появившуюся в 1987 г. «Труд как первая жизненная потребность» (Минск, 1987)<sup>10</sup>. По данным минских ученых, для 50% опрошенных «труд стал общественно необходимым делом, приносящим пользу обществу, т.е. первой жизненной потребностью, а для 40% он пока остается средством для жизни». В другом исследовании 26,7% респондентов заявили, что для них работа - жизненно необходимое дело, лишь 2,6% ответили: работа - исполнение неприятной

обязанности. К показателям реального превращения труда в первую потребность социологи относили творческий характер труда, обогащение его содержания, улучшение условий труда как предпосылки формирования нового отношения к нему, влияние соцсоревнования, бригадный подряд, общеобразовательную и профессиональную подготовку работников, наконец, дисциплину и свободное время для развития потребности в коммунистическом отношении к труду.

Превращение труда в первую жизненную потребность, по мнению социологов, являло собой исторически сложный и достаточно противоречивый процесс. Различные его стороны — формирование творческого и ответственного отношения к работе, осознание общественной значимости своего труда, активное участие в управлении производством, ориентация на разнообразную, содержательную работу — развивались одни с опережением, другие с отставанием. Неравномерность протекания процесса во времени дополняется неоднородностью его содержания. Так, сопоставление результатов исследования в Горьком и Горьковской области 1965 г. и 1979 г. показало, что за прошедший период доля творческих интересов в структуре ценностных ориентаций рабочих и ИТР несколько снизилась, но повысилась требовательность к условиям труда и культуре производства в целом. В то же время повысилась удовлетворенность рабочих своим трудом. По данным исследования, проведенного в 1979 г., 73% рабочих ответили, что они удовлетворены работой, а до-

<sup>9</sup> Диалектика становления коммунистического труда. Киев: Наукова думка, 1978, с.216-219.

<sup>10</sup> Боровик Ф.В. Труд как первая жизненная потребность / Ф. В. Боровик, Н. И. Климова, Н. С. Сухарев, Н. Н. Филанович. - Минск: Вышэйш. шк., 1987.





ля неудовлетворенных в сравнении с 1965 г. понизилась почти в 3 раза<sup>1</sup>.

Другим индикатором «всемирно-исторического процесса» служила удовлетворенность трудом: «В механизме, превращающем труд в первую жизненную потребность, значительная роль принадлежит фактору удовлетворённости трудом»<sup>2</sup>. Другими словами, как только ко удовлетворенных работой в СССР становилось численно больше, чем неудовлетворенных, это означало, что страна от социализма переходит к коммунизму, жизнь становится лучше, люди трудятся производительнее и во благо общества, а советский Союз обгоняет Запад по базовым экономическим показателям. Советские философы и социологи, обгоняя друг друга, торопились доложить партии о достигнутых успехах: «Суммируя результаты данных исследований, мы можем сделать однозначный вывод: на заводе, как и на тысячах других предприятий нашей страны, обеспечены права и созданы реальные условия каждому человеку для его всестороннего развития и духовного роста»<sup>3</sup>.

Всестороннее развитие личности, перемена труда, уничтожение старого разделения труда, отмирание старых профессий, принцип любимой<sup>4</sup> и интересной работы,

<sup>1</sup> Рабочий класс и научно-технический прогресс. М.: Наука, 1986, с.94.

<sup>2</sup> Диалектика становления коммунистического труда. Киев: Наукова думка, 1978, с.218.

<sup>3</sup> Диалектика становления коммунистического труда. Киев: Наукова думка, 1978, с.224.

<sup>4</sup> Принцип «любимой» работы (выражение В.П. Тугаринова, 1898-1978) гласит: каждый в будущем будет заниматься тем видом

превращение труда в первую жизненную потребность – вот о чем писали социологи в 1960-70-е годы, воспевая преимущества социализма, советского образа жизни и гуманизации труда в СССР. Во многих книгах обосновывалась мысль о том, что капитализм несовместим с научно-техническим прогрессом, и только социализм открывает зеленую улицу нововведениям, техническому творчеству и изобретательскому духу.

### Возвращение к утопии или первоистокам?

Сопоставляя эмпирические достижения советской социологии труда с ее теоретической доктриной, задаешься вопросом: почему первые оказались на уровне требований XX века, а вторая – на уровне идей социалистов-утопистов XVIII–XIX веков?

Некоторые специалисты считают, что исторические корни утопической традиции надо искать не в 60-х гг. XX в., а как минимум в XIX в. Фантастические представления о социализме в ряды революционной интеллигенции середины XIX в. занесли не западные философы, в том числе последователи Маркса, а крестьянская масса, веками хранившая идеалы борьбы за «правду» и «справедливость». Теоретическая парадигма социологии хрущевского и брежневского периодов во многом покоилась на идеях, заимствованных у социалистов-утопистов XVIII–XIX в., прежде всего Т. Мора, Сен-Симона и Фурье. Возвращение к давно забытым теоретическим идеям, списанным

труда, который более всего отвечает его духовным запросам.



человечеством за ненадобностью, имело как положительные, так и в отрицательные стороны. Т. Мор учил, что труд является не только обязанностью, но и честью для всех членов общества. Он предлагал установить 6-часовой рабочий день, а свободное время использовать для всестороннего развития личности.

Абстрактно-гуманистические позиции занимал и Ш. Фурье, писавший, что труд должен доставлять человеку величайшее удовольствие — тогда он будет эффективным и производительным. Труд в социалистическом обществе должен быть привлекательным. Достаточно прочитать книги Д. Кайдалова и И. Чангли — ведущих в 1970-е гг. теоретиков в области социологии труда — чтобы убедиться, насколько высказываемые ими идеи схожи с идеями социалистов-утопистов. Это не научные монографии, а гимн торжеству социалистического труда, восхищение широкими возможностями, какие открываются для дальнейшей гуманизации труда при советском строе.

Трудно переоценить издание и широкое распространение в советском обществе произведений социалистов-утопистов. Оно послужило своеобразным окном в Европу. В СССР, где не издавали ни одного буржуазного философа и социолога (а если и издавали, то по случайному упущению цензуры), публикация гуманистических идей утопистов, являвшихся признанными «друзьями» и предшественниками марксизма, оздоровила ортодоксальный марксизм, смягчила общественные нравы, заставила отойти от принципов непримиримой классовой вражды. Ученым

разрешалось писать о гуманистических аспектах общественного труда. То, что можно было встретить в сочинениях великих утопистов, являлось политически разрешенным ходом мысли. В числе разрешенных тем оказались проблемы удовлетворенности работой, привлекательность профессии, заинтересованность в труде и многое другое, что никак не сочетается с принудительным характером труда, его обязательностью, всеобщностью.

Вторым источником утопической традиции были западноевропейские социалисты-утописты. Многим «революционно настроенным российским интеллигентам социализм виделся глазами Ш. Фурье, Н. Чернышевского, Э. Беллами или народолюбцев»<sup>1</sup>. Официальные представления о социализме, которые сформировались главным образом в 30–40-е гг. XX в., являли собой странный симбиоз научных и обыденных суждений, в котором доминировали обыденные оценки и формулировки. Главной была установка на социальное равенство всех и любой ценой, даже ценой всеобщей бедности. «Пусть всем будет плохо, если мне живется нехорошо», — таково было суждение обыденного сознания, спрессованное столетиями бедности и полуголодного, социально незастрахованного существования.

Возможно, что в начале XX в., до прихода большевиков к власти, модель будущего социалистического общества имела правильные теоретические формы. Они еще не успели исказиться от встречи с ре-

<sup>1</sup> Баталов Э. Социалистическая перспектива и утопическое сознание // Коммунист. 1988. № 3. С. 83.



альностью. Однако уже в первые, а тем более в последующие годы социалистического строительства в теоретическую модель, по-видимому, были внесены существенные коррективы, продиктованные, с одной стороны, неудачной революционной практикой (большевикам так и не удалось распространить революцию по всему миру, не удалось сразу создать безрыночное общество по типу «военного коммунизма» и т.п.), а с другой — давлением обыденного сознания полуграмотных крестьянских и рабочих масс. Их уровень сознания, их менталитет, их культурные ожидания и стереотипы в значительной степени «подредактировали» ленинскую модель социализма. Возможно, что так называемая сталинская модель социализма и есть отредактированная после учета массовых настроений теоретическая схема. Научное содержание, сохранившееся от Маркса и Энгельса, почти полностью оказалось вытравленным. Образовавшийся осадок соединили с обыденными предрассудками и прежде всего с эгалитаристскими представлениями о социальной справедливости. Первое, что сделал Сталин после утверждения себя в роли партийного лидера, уничтожил нэп, позволивший партийной и мелкобуржуазной верхушке невероятно обогатиться за счет ухудшения материального положения подавляющей части населения. Боровшиеся на фронтах гражданской войны красноармейские массы, вернувшись после демобилизации, увидели все те же беспросветную нужду, долговое рабство у деревенской буржуазии, в которое, лишившись на время

войны кормильца, попала их семья, безработицу в городах, сиротство миллионов детей. И тогда они задали роковой для советской власти вопрос: «А за что мы проливали кровь?» Именно эти массовые настроения, повсеместное разочарование в идеалах социализма удалось уловить Сталину. Он пошел навстречу народным чаяниям. Это и был великий поворот. С одной стороны, он оказался поворотом от рыночной экономики к плановой, и в этом смысле его надо считать экономическим, а с другой стороны, это был поворот от социального неравенства к социальному равенству, от одной модели стратификации к другой и в таком случае его следует называть социальным поворотом. Именно на рубеже 1920–30-х гг. произошел еще один поворот — научный. Расправившись с рыночниками и советской буржуазией, Сталин взялся за буржуазных специалистов на предприятиях и социальных ученых в учреждениях. Были уничтожены научные школы, закрыты журналы и кафедры, арестованы ученые и политические деятели, руководившие отраслями и секторами народного хозяйства. С 1929 по 1937 г. удалось полностью сменить один тип научного менталитета на другой, одно поколение ученых — другим, одни методологические принципы и научные традиции — другими. В роли «других» выступали ортодоксальные марксисты.

Возможно, понятие труда как первой жизненной ценности советские социологи отчасти позаимствовали у американцев, придумавших теорию труда как центрального жизненного интереса. Но обратимся к Марксу: «На высшей



фазе коммунистического общества, после того как исчезнет порабощающее человека подчинение его разделению труда; когда исчезнет вместе с этим противоположность умственного и физического труда; когда труд перестанет быть только средством для жизни, а станет сам первой потребностью жизни лишь когда можно будет преодолеть узкий горизонт буржуазного права...»<sup>1</sup>. Позже Ленин утверждал, что превращение труда в первую жизненную потребность произойдет после отмирания государства, при очень высоком уровне развития коммунизма, но «как скоро пойдет это развитие дальше, как скоро дойдет оно до разрыва с разделением труда, до уничтожения противоположности между умственным и физическим трудом, до превращения труда в "первую жизненную потребность", этого мы не знаем и знать не можем»<sup>2</sup>.

Так кто на самом деле был первоисточником? Если Маркс приписывал коммунизму, т.е. далекому будущему, превращение труда в первую жизненную потребность, то американские социологи явно спешили. По их мнению, труд как центральный жизненный интерес – неотъемлемый атрибут существовавшего в США в середине XX века капитализма. Заметим, тот капитализм еще не относили к постиндустриальному обществу. Оно наступило в США, опять же по заявлениям американских социологов, в 1970-е годы. Кого в таком случае следует называть утопистами?

### Хрущевская оттепель – почва для мистификации действительности

После смерти Сталина наступила так называемая хрущевская оттепель, которую с определенной долей условности можно именовать возвращением ленинского нэпа. Появились определенные признаки либерализации в социальной, экономической и идеологической сферах общества. Отказавшись от жестких командных методов управления, новая генерация большевиков вынуждена была обратиться к популистским методам руководства как единственному оставшемуся у них способу удерживать власть. В ход пошли испытанные стереотипы массового сознания — эгалитаристские ожидания. Они нашли выражение в полном оптимизме и светлых ожиданиях лозунге Н. Хрущева «Нынешнее поколение будет жить при коммунизме». Никто из ученых не бросился опровергать явно утопические утверждения, доказывать их социальную опасность. Ученые давно уже превратились из оппонентов в апологетов. Философы, а позже и социологи, взялись подвести под идеологические мистификации и вымысел научный фундамент. Экономисты рассчитывали темпы роста промышленности, которые к назначенному сроку должны были вывести страну на первое среди развитых держав место. Социологи же принялись строить модели социально однородного общества и доказывать социальные преимущества социализма.

Политический лозунг конкретизировался как экономическая задача построения материально-технической базы коммунизма, во-

<sup>1</sup> Маркс К., Энгельс Ф. Соч., 2 изд. М.: Гос. изд-во полит. лит-ры, 1961. Т. 19, с.20.

<sup>2</sup> Ленин В.И. Полн. собр. соч., 5-е изд. М.: Изд-во полит. лит-ры, 1969, Т.33, с.96.



первых, и повышения материального уровня жизни народа, во-вторых. Вторая задача считалась почти реализованной уже к середине 1960-х годов, когда партия и правительство отрапортовали народу: мы догнали США по молоку, маслу и яйцам на душу населения. Наука снова потворствовала обыденному сознанию россиян. Она придавала respectable научную форму и доказательность утопическим иллюзиям, которые от этого наукой, конечно же, не стали, но сохранили статус программных установок для политического курса партии.

Мистификация действительности - пафос утверждения преимуществ социализма и его идеализация распространились как раз в тот период, когда особенно явно проявились себя негативные тенденции (коррупция, преступность, скрытая безработица и рестрикционизм) в развитии социалистического общества, о чем сообщалось даже в материалах XXVII съезда, но о чем не смели заявлять в своих исследованиях советские социологи. Расправа, к сожалению, была бы незамедлительной (говорю это не с чужих слов, а как очевидец и современник событий тех лет). Внутренний страх и производная от него внутренняя цензура в каждом ученом, особенно гуманитарии, были намного сильнее цензуры внешней. Так что приукрашивание действительности – вовсе не внутреннее убеждение советских социологов, не их «центральный жизненный интерес», а суровая необходимость сохранить работу и трудиться в условиях тоталитарного строя. Вот и выходит парадокс: те, кто писал о совершившемся переходе от труда

как необходимости к труду как потребности, сами еще не совершили этого перехода. Да и не верили в него, ибо свидетелями были как раз обратному. Социология кричала «ура!», а жизнь - «караул!». Именно в это время философы призывали к «социальному оптимизму», неустанной борьбе за повышением производительности труда, которая связана с постоянной забытой о человеке.

Советские социологи, опережая друг друга, в годы оттепели, а затем и застоя стремились своими исследованиями подтвердить все новые и новые успехи страны в деле превращения труда в первую жизненную потребность. Труд для советских людей – не обязанность, а потребность, то, без чего они не могут обходиться ни днем, ни ночью. Передовики производства и победители в социалистическом соревновании своим героическим трудом неустанно доказывали, что труд им в радость и труд – сама радость. Они счастливы жить и трудиться в такой стране. И своих детей они воспитывают в трудолюбии и беззаветной преданности делу партии, делу коммунизма. Когда задан исторический вектор движения общества, подтвердить правильность избранного пути эмпирическими данными дело чисто техническое. Так, в одном из исследований на фабрике «Трехгорная мануфактура» в Москве социологии, опросив несколько сотен работниц, высчитывали, сколько часов в день для них труд – обязанность, а сколько часов – первая жизненная потребность. И ведь так рассчитали. Оказалось, что на полчаса второй показатель превышает первый. Социологи радостно



рапортовали партии и правительству, что советское общество решительно свернуло с социалистического пути (труд как обязанность) на коммунистический (труд как потребность).

Таким образом, по результатам исследования можно было говорить только о различиях между людьми и условиями труда, но никак не о различиях между разными странами (социалистическими и буржуазными) или между разными формациями (социализмом и коммунизмом). Для второго вывода необходим не конкретно-социологический, а историко-политический и философский анализ. Отношение к работе, проявляющееся у респондента на момент опроса, никак не свидетельствует о его отношении к труду как ценности, в момент опроса он выказывает сиюминутное настроение и отношение к самому опросу (очень часто респонденты в глазах опрашивающего, который держит в руках некий «бумажный документ», стремились казаться лучше, чем они есть на самом деле). Два понятия – отношение к работе и отношение к труду – это два разных уровня социологического обобщения, отражающих разные срезы реальности. Если не разные реальности вообще: уровень социального настроения никак не эквивалентен уровню философских ценностей. В одном случае мы измеряем эмоции и чувства, в другом – рефлексию, итог длительных размышлений, срез жизненной философии.

Пытаясь доказать то, чего не было на самом деле, социологи выдавали желаемое за действительное, универсальные для всех

индустриальных стран - за признаки наступающего коммунизма. Интеллектуализация труда, насыщение физического труда элементами умственного и их постепенное сближение, обогащение содержания труда на основе полной механизации и автоматизации производства, индустриализация сельскохозяйственного труда и превращение его в разновидность промышленного - это не столько условия превращения труда в первую жизненную потребность, сколько объективная логика развития современного производства. Причем у ведущих капиталистических стран процесс технологического обновления производства в 1980-е годы шел более высокими темпами, чем у нас. Однако капитализму сторонники советской концепции отказывали в гуманизме. Эксперименты в области обогащения содержания труда, внедрение новых форм его организации (ротация, расширение функций) явно свидетельствовали о том, что западные страны вплотную занялись решением проблемы гуманизации труда не на словах, а на деле. По существу данная концепция являлась не чисто советским изобретением, а выступала аналогом американской концепции труда как центрального жизненного интереса.

Труд при социализме в принципе не мог быть первой жизненной потребностью хотя бы потому, что он не стал средством к существованию, если мы говорим, что труд должен быть единственным средством к существованию, это означает одно - лишившись возможности трудиться, человек лишается и возможности жить. Но ни в одном





цивилизованном обществе человека не бросают на произвол судьбы, когда он хочет, но не может работать, речь идет о пенсионерах, детях, инвалидах. Им помогает общество. Убыточные колхозы и предприятия - это место, где человек только делает вид, что трудится. В подобных обществах возникает независимость между трудом и существованием. Честные труженики, теневые дельцы, лодыри в равной мере получают доступ к средствам существования.

Труд считается естественной жизненной потребностью человека с первобытных времен. Но это неверно. Известны такие естественные потребности, как утоление голода и жажды, сохранение жизни, потребность в продолжении рода. Эти витальные потребности, без которых человек не может в принципе обойтись. В этом смысле труд появляется врожденной потребностью. Если можно приобрести дом, машину, деньги, не прибегая к трудовой деятельности, многие сделают это, забыв о том, что труд - единственный источник дохода. Истории известны классы и сословия, которые не занимались производительным трудом - праздные классы по Г. Вебляу. Более естественная потребность для человека - игра, движение, изменение мира. Они не тождественны труду ни вместе, ни порознь. Но если ими подменяют труд, то он превращается в первую жизненную потребность. Труд - скорее тяжелая необходимость.

Так почему в 60–70-е гг. XX в. мы оказались отброшенными на теоретические позиции XVIII и даже XVI вв.? Русская дореволюционная социологическая мысль, которую

мы вполне еще не изучили и по достоинству не оценили, начинала свое развитие с того же теоретического уровня, на котором находилась тогда европейская социология. Идеи О. Конта, пожалуй, даже раньше, чем на его родине, были изучены в России. Передовая интеллигенция тянулась ко всему новому, свежему. Русские социологи как с равными полемизировали с О. Контом, Г. Спенсером, Э. Дюркгеймом. Выдающийся статистик А. Чупров оставил после себя глубокое эссе о неокантианской социологии. Наша страна дала миру социологов экстра-класса — достаточно назвать М. Ковалевского и П. Сорокина. Однако ко второй половине 1920-х гг. общий уровень официальной философии и социологии в СССР резко снизился. Большевики собирались покончить с «буржуазной социологией», а покончили с социологией вообще. Место социологии на идеологическом олимпе вскоре занял исторический материализм. Представители старой социологии, объявленные идеалистами, были либо высланы, либо расстреляны, а новые марксистские кадры обществоведов по своему научному потенциалу и теоретическому уровню явно уступали идейным оппонентам. В духовной области прочно утвердились принципы, проповедуемые сторонниками Пролеткульта — еще одного варианта вульгарного материализма.

После 1920-х гг. последовал продолжительный период затишья — на протяжении почти 30 лет в стране не было создано ни одной сколько-нибудь значимой работы по социологии труда, не проведено ни одного серьезного эмпирическо-



го исследования, не организовано ни одной научной конференции, не подготовлено ни одного профессионального социолога. За эти 30 лет американская социология в целом, и индустриальная социология в частности как раз наработала тот мощный теоретический капитал, которым она питалась и продолжала питаться последующие десятилетия. В конце 1920-х — начале 1930-х гг. проведены знаменитые Хоторнские эксперименты, положившие начало индустриальной социологии как науке. В 1940–50-е гг. в США проведены известные эмпирические исследования и на их базе созданы ставшие классическими: а) иерархическая теория потребностей А. Маслоу; б) двухфакторная теория мотивации Ф. Херцберга; в) теория мотивации достижения Д. Макклелланда и др. После Второй мировой войны мы застали зарубежную индустриальную социологию на неизмеримо более высоком уровне, чем в первой четверти XX в. Слишком многое нам было непонятно и непривычно. Методолого-методический инструментарий, используемый обычно иностранными специалистами в своих исследованиях и созданный ими в 1930–50-е гг., начал нами осваиваться только в 70-е гг. (Хотя были и исключения: в середине 1960-х гг. группа ленинградских социологов во главе с В.А. Ядовым проводила эмпирическое исследование в промышленности по методике, сопоставимой с методикой Ф. Херцберга.)

### **Американский аналог советской утопии**

Пытаясь доказать то, чего не было на самом деле, социологи

выдавали желаемое за действительное, универсальные для всех индустриальных стран - за признаки наступающего коммунизма в отдельно взятой стране. Интеллектуализация труда, насыщение физического труда элементами умственного и их постепенное сближение, обогащение содержания труда на основе полной механизации и автоматизации производства, индустриализация сельскохозяйственного труда и превращение его в разновидность промышленного - это не столько условия превращения труда в первую жизненную потребность, сколько объективная логика развития современного производства. Причем у ведущих капиталистических стран процесс технологического обновления производства в 1980-е годы шел более высокими темпами, чем у нас. Однако капитализму сторонники советской концепции отказывали в гуманизме. Эксперименты в области обогащения содержания труда, внедрение новых форм его организации (ротация, расширение функций) явно свидетельствовали о том, что западные страны вплотную занялись решением проблемы гуманизации труда не на словах, а на деле. По существу данная концепция являлась не чисто советским изобретением, а выступала аналогом американской концепции труда как центрального жизненного интереса.

В научный оборот понятие «центральный жизненный интерес» (central life interest, CLI) ввел в 1956 г. крупный американский социолог Ральф Дабин<sup>1</sup> Он предположил,

<sup>1</sup> Dubin R. Industrial worker worlds: A study of central life interests of industrial workers // Social Problems, (1956). 4, 131-142.





что участие в трудовой деятельности может быть необходимо, но неважно для индивида. Он провел эмпирические исследования и доказал, что в большинстве случаев труд не является первой жизненной потребностью, и что до 80% американских рабочих не удовлетворены работой. В анкете ответы промышленных рабочих закрывались при помощи трехпунктовых вопросов: ориентированный на работу, не ориентированный на работу, индифферентный к работе. Дабин выявил, что большинство американских рабочих не хотят целиком и без остатка быть поглощенными своей работой, быть включенными в нее, т.е. не видят в ней центрального жизненного интереса<sup>1</sup>. Эти результаты подтвердили ряд других ученых. Подобное открытие послужило толчком к широкомасштабным исследованиям реального положения дел на производстве.

Теоретически идея оказалась столь плодотворной, что на ее основе возникла целая концепция. Она включает следующие положения: 1) Центром жизни работающего индивида является его работа: все, что происходит на работе, влияет на любую другую сторону его жизни. 2) Люди постоянно стремятся к удовлетворенности, чем бы они ни занимались; если работа не приносит удовлетворения, они ее меняют. 3) Люди работают только ради удовлетворения, и ничего больше. 4) Удовлетворенный служащий обладает наибольшей продуктивностью; напротив, тот, кто не удовлетворен работой,

менее продуктивен. 5) Люди могут быть мотивированы увеличением степени удовлетворенности. 6) Удовлетворенный рабочий сильно интегрирован как в сфере работы, так и вне ее. 7) Удовлетворенный рабочий обычно не испытывает таких депрессивных эмоций, как разочарование, страх, подавленность, чувство вины, мстительность, ужас и зависть. 8) Удовлетворенность равносильна счастью; поэтому все усилия должны быть направлены на то, чтобы сделать существование рабочего в сфере его занятия как можно более счастливым.

В 1960-е годы, когда Америка переживала экономический подъем, подавляющее большинство рабочих и служащих были удовлетворены своей работой. В 15-ти различных исследованиях эта цифра колебалась от 81% до 92%. Даже в 1970-е годы считалось, что человек, удовлетворенный своей работой, автоматически становится высокопроизводительным. Но вот оказалось, что среди прогульщиков и лодырей очень многие, в некоторых случаях до 70%, удовлетворены своей работой. Напротив, среди тех, кто трудился добросовестно, немалая часть была не удовлетворена своей работой.

Во второй половине 1970-х годов возник кризис концепции «труд как центральный жизненный интерес». Появлялось все больше данных, опровергающих ее положение. Выросло новое поколение американцев, воспитанных на том, что труд должен приносить радость и удовлетворение. У них сформировались повышенные ожидания и потребности. Но реальный труд, безработица, экономический кри-

<sup>1</sup> Work and Leisure. Ed. by J. T. Haworth, Lepus Books, London, 1975.



зис разрушили их надежды. Работник с завышенными ожиданиями — это всегда конфликтный работник: он больше требует от других, чем от себя. По мнению Дж. Фридмена, самореализация личности возможна не в сфере труда, а в свободное от работы время. Только 15-20% рабочих ищут в труде удовлетворения и самореализации. Остальные на первое место в иерархии ценностей ставят оплату труда и гарантию занятости.

В 1970-е годы в рабочей силе Америки и Европы произошли качественные сдвиги. Молодое поколение, выросшее на волне образовательного бума 1960-х годов, имела очень высокий уровень подготовки, широкие знания и навыки, реализовать которые в промышленности не удалось. Возникло новое явление — недоиспользование интеллектуального потенциала работников. Образованная молодежь искала в труде свой центральный жизненный интерес, но рутинная деятельность на конвейере не могла удовлетворить ее. Само производство еще не успело измениться, в то время как духовный мир человека успел сильно измениться. Образовался существенный разрыв. По данным российских социологов труд чаще всего становится центральным жизненным интересом для работников среднего возраста от 35 до 54 лет. Сюда не входят пожилые и молодежь. Чем выше зарплата, тем чаще труд считают самым ценным в жизни. Высокооплачиваемые активны в труде, мало оплачиваемые активны в сфере досуга.

Характерно, что в теоретическом плане позиции советской и американской индустриальной со-

циологии в 1960–70-е гг. даже как-то сблизились. В том и в другом случае говорилось о необходимости привлечь внимание к человеческому фактору на производстве, о всестороннем развитии личности работника, о гуманизации труда и т.д. Идеиные призывы по обе стороны океана звучали одинаково. Но лишь по форме, а не по содержанию: американские социологи-прикладники получали высокую оплату труда, добиваясь серьезных результатов в области гуманизации труда — прежде всего экономической эффективности и прибыли. Разработки американских социологов отличались крайним прагматизмом, точностью расчетов, конкретностью формулировок. Заводские социологи в СССР подчас создавали проекты, не уступавшие американским, но экономической отдаче в масштабах страны они не давали. Конечно, в отдельных отраслях на отдельных предприятиях и в отдельных цехах отмечалось увеличение каких-то показателей, но дальше помпезных выступлений о необходимости гуманизировать условия труда и всесторонне развивать личностные качества, звучавших на съездах партии и заседаниях райкомов, дело не шло.

Как выразились Барри Барнс и Дэвид Блур, «нет свободных от контекста или внекультурных норм рациональности»<sup>1</sup>. Различные общества и культуры говорят на своем языке истины, оправдания или рациональности. Описать и понять нормы рациональности научного сообщества можно, подобно ан-

<sup>1</sup> Barnes B., Bloor D. *Relativism, Rationalism, and the Sociology of Knowledge // Rationality and Relativism* / ed. M. Hollis and S. Lukes, Cambridge: MIT Press, 1982, p.27.



тропологам, изучая нормы или нравы чужой культуры. П. Бергер и Т. Лукман полагают, что влиянию идеологического контекста подвержено все человеческое мышление, за исключением математики и некоторых областей естествознания<sup>1</sup>. Идеологичность устанавливается оценочно-ориентирующей функцией сознания, которая направлена либо на сохранение действительности, либо на ее изменение<sup>2</sup>. Таким образом, идеологическая ориентация науки и стремление приукрасить свое общество - не исключение, а универсальное правило, своего рода международный стандарт.

#### **Приукрашивание действительности как международная особенность**

Идеологическая заданность при изучении и особенно трактовке общественного труда, на наш взгляд, присуща не только советским социологам, на которых давила жесткая цензура, но и их американским коллегам, живущим, как они утверждали, в «свободном обществе». Конечно, не все из них писали победные рапорты о преимуществах свободного общества и успехах капитализма. Но почитаем критические размышления об американском обществе 1970-х годов Алвина Гоулднера, например «Надвигающийся кризис западной социологии»<sup>3</sup> (1970), где он критиковал все существовавшие тогда в США

социологические подходы за отчетливо выраженную идеологичность. Возражая Марксу, критиковавшему капитализм, американские социологи угоднически преклонялись перед ним, скрашивая недостатки и выпячивая достоинства. А достоинств как раз и не набиралось на то, чтобы называть американский капитализм «светлым будущим всего человечества»: глубочайший кризис самого общества, разложение и деперсонализация личности человека, атомизация социальных связей между людьми, показная демократия и рекламируемый у каждого фонтана миф о гражданском обществе. Американская мечта так достала А. Гоулднера, что он предлагал вовсе от нее отказаться. Точнее сказать, целиком и полностью разрушить старое общество, а на роль «гробовщика» пригласил социогуманитарную интеллигенцию - новый класс, обладающий культурным капиталом и культурой критического дискурса.

В бескомпромиссного критика американского общества в последние годы своей жизни превратился и Чарльз Райт Миллс. И не только американского общества, но и американской социологии. Так, четырехтомный труд С. Стауффера «Американский солдат», по мнению Миллса, дал меньше ценной информации, нежели однотомная работа С. Л. А. Маршалла «Люди в огне», основанная на репортажной технике сбора информации. Досталось от Миллса и изучающим социальные классы. Он не называл имен, но можно догадаться, что речь шла о знаменитых исследованиях Л. Уорнера, проведенных в

<sup>1</sup> Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности М.: Academia-Центр, Медиум, 1995. с.22.

<sup>2</sup> Попова И. Повседневные идеологии // Социологический журнал, 1998, 3/4. С.5.

<sup>3</sup> Гоулднер А. Наступающий кризис западной социологии. М.: Наука, 2003.



1930-е — 1940-е гг.<sup>1</sup>, которые он называет шагом назад по сравнению с теорией классов М. Вебера. Он, как и Гоулднер, не отрицал того факта, что американские социологи превзошли всех по части методической культуры исследований и статистических расчетов. Но победа оказалась пирровой: технология эмпирических исследований, поставленная на индустриальные рельсы, писал Миллс, порождает полужнаек или малоквалифицированных техников<sup>2</sup>. Примерно в те же годы повальное увлечение американских социологов количественными исследованиями П. Сорокин, знавший ситуацию изнутри, назовет «квантофренией». Р. Миллс придумал этому явлению другое имя - «абстрактный эмпиризм». Конвейер эмпирических исследований в США выгоден всем — правительству, крупным корпорациям, избирательным и маркетинговым агентствам, армии, университетам и опросным фирмам. Работа социолога на заказ автоматически ангажирует его в политический истеблишмент, при этом результаты исследований, в первую голову прикладных, закрывают от общественности завесой коммерческой тайны. Ценность таких «научных» изысканий часто оказывалась весьма сомнительной. Таким образом, идеологическая ориентация науки и стремление приукрасить свое общество — не исключение, а универсальное

правило, своего рода международный стандарт.

Основные труды Парсонса, написанные в Америке и для американцев, Миллс называет теоретическим компотом, написанным крайне сухим и непонятным языком. По всей видимости, сыграли свою роль годы обучения Парсонса в Германии и слепое преклонение перед авторитетом Вебера. Именно Парсонс заложил в США фундамент теоретической схоластики, а в дальнейшем его последователи заимствовали из его учения разрозненные фрагменты, которые они глубоко не понимали и которые приспособливали для своих корыстных целей. Вовсе не случайно характерной чертой парсоновской социологии Гоулднер считал метафизичность.

Чрезмерная лояльность социологов руководству факультета, главе научной школы или корпорации, мелкотемье, «ползучий» эмпиризм, нелюбовь или невнимание к социально-философским размышлениям, наконец, бюрократический стиль мышления сводят на нет все преимущества американской социологии. Возможно, спросим себя, лучше обстоит дело в области теории, где в середине XX века безраздельно господствовал Толкотт Парсонс. Однако крепко достается и ему. «Его первую работу «Структура социального действия» (1937) П. Сорокин назвал «817-тью засушенными страницами». Многие критики указывали на то, что книга написана абстрактным языком и очень трудна для неподготовленного читателя, в ней немало повторов, неясных терминов и двусмысленностей. Приговор, вынесенный Миллсом второй книге

<sup>1</sup> Кравченко А.И. Ч.П. Миллс как критик академической и прикладной социологии. Первый леворадикальный проект «новой социологии» // История теоретической социологии. В 4-х т. Т. 4 / Отв. ред. и составитель Ю.Н.Давыдов - СПб.: РХГИ, 2000, с.91.

<sup>2</sup> Mills C. W. The sociological imagination. N.Y., 1959, p.56.



Т. Парсонса «Социальная система» (1951), был не менее суров: она на 50% состоит из пустой болтовни, на 40% — из тривиальностей, известных по учебникам социологии, на 10% — из эмпирически неподтверждаемых идеологических утверждений»<sup>1</sup>.

Парсонс, как полагал А. Гоулднер, обучаясь в Германии, принес оттуда в США все лучшие традиции теоретической социологии, и прежде всего учение М. Вебера. Но что он с ним сделал? Парсонс разобрал его, как конструктор Лего, на составные части, а затем синтезировал в новом виде, предварительно американизировав и по-своему интерпретировав<sup>2</sup>. Получилась своего рода «социологическая энциклопедия», но не благодаря исчерпывающей глубине анализа, а непомерному охвату всего и вся. Из этого теоретического компота, написанного, к тому же, крайне сухим и непонятным языком, «разные социологи заимствуют из нее различные фрагменты для тех целей, которые они в данный момент преследуют»<sup>3</sup>. Совсем не случайно характерной чертой парсоновской социологии А. Гоулднер считал ее метафизичность. Выходит, что они ничем не лучше нас: оторванность теории от жизни присуща как нам, так и им, «ползучий эмпиризм» -

черта международная, а не исключительно советская или российская. Идеологическая ориентация науки тоже не исключение, как и стремление приукрасить свое общество.

Я считаю, что идеологическая заданность социологии, метафизический характер теоретических конструкций и «ползучий эмпиризм» - черта международная, а не исключительно советская или американская. Такие недостатки в огромном количестве можно найти в статьях и монографиях социологов из всех стран в XXI веке. Они плетут свои хитроумные мифы о той реальности, которую изучают, конструируя практические рекомендации для правительства и менеджмента, надеясь, что их идеи помогут изменить положение дел к лучшему. Но меняется ли общество к лучшему? Разве сегодня пропасть между бедными и богатыми стала меньше, сократилось неравенство или большинство населения занимается творческим умственным трудом? Нет, в действительности тяжелый физический труд переместился в страны третьего мира, а в странах золотого миллиарда он стал уделом мигрантов и прекариата. Труд как первая жизненная потребность — это привилегия богатых.

Однако в чем мы расходились с американцами, так это в отношении к марксизму. Подавляющее число зарубежных социологов Маркса критиковали и «разоблачали», а советские социологи относились к нему с неослабевающим пиететом. Кто был прав? Сегодня мы ответим не задумываясь: правы были они, поскольку в XXI веке мы, как и они, критикуем Маркса.

<sup>1</sup> Кравченко А.И. Ч.Р. Миллс как критик академической и прикладной социологии. Первый леворадикальный проект «новой социологии» // История теоретической социологии. В 4-х т. Т. 4 / Отв. ред. и составитель Ю.Н.Давыдов - СПб.: РХГИ, 2000, с.93.

<sup>2</sup> Gouldner A. The coming crisis of western sociology. N. Y.—L., 1970, p.139.

<sup>3</sup> Кравченко А.И. Кризис ценностного нейтралитета и инфраструктура социальной теории // История теоретической социологии. В 4-х т. Т. 4 / Отв. ред. и составитель Ю.Н.Давыдов - СПб.: РХГИ, 2000, с.193.



Но будем осторожнее с наследием. Понятие труда как первой жизненной ценности советские социологи, может быть, и отчасти позаимствовали у американцев, придумавших теорию труда как центрального жизненного интереса. Но заглянем в «святцы»: «На высшей фазе коммунистического общества, после того как исчезнет порабощающее человека подчинение его разделению труда; когда исчезнет вместе с этим противоположность умственного и физического труда; когда труд перестанет быть только средством для жизни, а станет сам первой потребностью жизни лишь когда можно будет преодолеть узкий горизонт буржуазного права...»<sup>1</sup>.

Так кто на самом деле был первоисточником? Если Маркс приписывал коммунизму, т.е. далекому будущему, превращение труда в первую жизненную потребность, то американские социологи явно спешили. По их мнению, труд как центральный жизненный интерес – неотъемлемый атрибут существовавшего в США в середине XX века капитализма. Заметим, тот капитализм еще не относили к постиндустриальному обществу. Оно наступило в США, опять же по заявлению американских социологов, в 1970-е годы. И то, это были первые его проблески. И кого в таком случае следует называть утопистами?

А ведь еще «товарищ Ленин» нас учил, что превращение труда в первую жизненную потребность произойдет после отмирания государства, при очень высоком уровне развития коммунизма, но «как скоро пойдёт это развитие дальше, как

скоро дойдёт оно до разрыва с разделением труда, до уничтожения противоположности между умственным и физическим трудом, до превращения труда в "первую жизненную потребность", этого мы не знаем и знать не можем»<sup>2</sup>.

Но и здесь не будем строгими, во всяком случае к соотечественникам. И вот почему. Утопизм хорош тем, что призывает людей ускоренно двигаться вперед, к светлому будущему, расчищая по дороге весь хлам прошлого. Что тогда мешало социализму приблизиться к коммунизму? Оказывается, старое разделение труда в обществе. Так, видный теоретик в области социологии труда тех лет Д.П. Кайдалов отмечал, что превращение труда в первую жизненную потребность может произойти лишь в результате коренных изменений в организации труда<sup>3</sup>. Необходимы коренные преобразования: ликвидация разделения труда, создание условий для всестороннего развития личности, исчезновение противоречий умственного и физического труда, достижение в обществе изобилия материальных благ и их распределение по потребностям. Тогда, засучив рукава, возьмемся за дело. Надо повышать производительность труда, рачительно относиться к общенародной собственности, укреплять трудовую дисциплину, а самое главное – гуманизировать труд, приспособивая труд к потребностям людей, а не людей к техническим требованиям труда.

<sup>1</sup> Маркс К. и Энгельс Ф. Сочинения, Т. 19, с. 20.

<sup>2</sup> Ленин В.И. Полное собрание сочинений. 5-е изд. М.: Изд-во полит. лит-ры, 1969, Т.33, с.96.

<sup>3</sup> Кайдалов Д.П. Закон перемены труда и всестороннее развитие человека. М.: Мысль. 1968, с.280.





Если лозунг «за гуманизацию труда!» мог привести к реальным действиям, выделению дополнительных ресурсов на улучшение труда и быта советских людей, строительство детских садов и жилья, то почему же мы должны быть против такого утопизма. Кстати сказать, мощное развитие заводской социологии, в рядах которой насчитывалось от 10 до 35 тысяч специалистов-гуманитариев, стало возможным именно на этой волне гуманизации или, как ее позже назовут, построения «социализма с человеческим лицом».

Плохо другое – забегание вперед. Оно могло проявить себя в двух формах: абстрактном теоретизировании и «ползучем эмпиризме». Речь идет о том, что советские социологи старались вот уже сейчас, сию минуту увидеть в настоящем поросль будущего. С этой целью и проводились многочисленные, возможно, не меньшие по числу, эмпирические исследования по поиску «индикаторов счастья». Кайдалов пишет о таких индикаторах, как возвращение привлекательности труду, чередование занятий, превращение труда «в наслаждение, а значит, и в первую жизненную потребность человека», воспитании глубокого сознания, укрепление здоровья, повышение жизнерадостности, придание труду характера наслаждения и источника здоровья, о необходимости «работать в полную меру своих сил и способностей по привычке, отдавая труду всей душой и сердцем, с хорошо осознанным пониманием его нового, глубокого содержания»<sup>1</sup>. Всё это и есть показатели процесса пре-

ращения труда в первую жизненную потребность.

«Абстрактный эмпиризм» проявляется в том, что для глобального процесса, каковым, собственно, и является процесс эволюции общественного труда, подбирают сиюминутные, легко ощущаемые и почти видимые глазом показатели, как жизнерадостность или удовлетворенность работой. Что может быть легче? Пришел, увидел, изучил. С одной стороны, схоластическое теоретизирование о том, чего еще нет на стадии социализма, с другой – эмпирическое исследование того, что уже якобы «прет из всех щелей».

Таким образом, с одной стороны, настаивая на необходимости коренных социально-экономических изменений в характере и содержании общественного труда для превращения его в первую жизненную потребность, советские социологи, с другой стороны, напрочь их отменяли, ибо видели «поступь коммунизма» в каждом шаге социализма. Если нечто уже есть, то зачем к нему стремиться?

Видимо, понимая этот парадокс, хотя об этом можно только догадываться по прошествии многого времени, советские социологи часто ограничивались откровенной пропагандой там, где был необходим серьезный теоретический анализ. Оказывается, уже сейчас можно говорить о том, что «труд при социализме освобожден от эксплуатации, стал делом чести, доблести и геройства, что труд определяет и положение человека в об-

<sup>1</sup> Кайдалов Д.П. Закон перемены труда и всестороннее развитие человека. М.: Мысль. 1968, с. 280, 309, 311-312.





ществе, и его благосостояние»<sup>1</sup>.

Предлагаю взглянуть на миф о труде как первой жизненной потребности совсем с другой стороны. Современники смотрят на многие работы советских социологов как бы свысока: мол, променяли научную истину на бутерброд с маслом. Я не собираюсь оправдывать их и себя, как их современника, соратника и коллегу, который так же, как и авторы указанных выше монографий, занимался очковитирательством (ну, может быть, в силу скромности или боязливости, чуть-чуть поменьше). Дело в другом. Какую историческую роль в развитии нашего общества сыграли их труды? Вот так, ни много и ни мало, хочу поставить вопрос. В те времена уже многие не разделяли пафос строителей коммунизма (впрочем, как и они сами), в обществе царило некое уныние (годы брежневского застоя), разочарование в целях и идеалах. Нагнетать обстановку своими монографиями в подобных условиях - верх исторического кощунства. Сегодня это делается, и никакой пользы обществу нет. А в те времена благодаря романтизации и идеализации социализма очень многие люди сохраняли радость жизни и веру в светлое будущее. А это, согласитесь, дорого стоит. Очень дорого, как показывает нынешний духовный кризис.

Да и наши зарубежные коллеги были не прочь прихвастнуть. Американские социологи, конечно, не все, писали победные раппорты о преимуществах свободного общества и успехах капитализма. Но почитаем критические размышле-

ния об американском обществе 1970-х годов Алвина Гоулднера, например «Надвигающийся кризис западной социологии»<sup>2</sup> (1970). Но он не только критиковал все существовавшие тогда социологические подходы, включая Парсонса и Маркса, за отчетливо выраженную идеологичность. Она как раз выражалась в том, что, возражая Марксу, критиковавшего капитализм, американские социологи угоднически преклонялись перед ним, скрашивая недостатки и выпячивая достоинства. А достоинств как раз и не набиралось на то, чтобы называть американский капитализм «светлым будущим всего человечества»: глубочайший кризис самого общества, разложение и деперсонализация личности человека, атомизация социальных связей между людьми, показная демократия и рекламируемый у каждого фонтана миф о гражданском обществе. Американская мечта так достала А. Гоулднера, что он предлагал вовсе от нее отказаться. Точнее сказать, целиком и полностью разрушить старое общество, а на роль гробовщика пригласил социогуманитарную интеллигенцию - новый класс, обладающий культурным капиталом и культурой критического дискурса.

В бескомпромиссного критика американского общества в последние годы своей жизни превратился и Чарльз Райт Миллс. И не только американского общества, но и американской социологии. Так, четырехтомный труд С. Стауффера «Американский солдат», по мнению Миллса, дал меньше ценной ин-

<sup>1</sup> Кайдалов Д.П. Закон перемены труда и всестороннее развитие человека. М.: Мысль. 1968, с. 311.

<sup>2</sup> Гоулднер А. Наступающий кризис западной социологии. М.: Наука, 2003.



формации, нежели однотомная работа С. Л. А. Маршалла «Люди в огне», основанная на репортажной технике сбора информации. Досталось от Миллса и изучающим социальные классы. Он не называл имен, но можно догадаться, что речь шла о знаменитых исследованиях Л. Уорнера, проведенных в 1930-е — 1940-е гг.<sup>1</sup>, которые он называет шагом назад по сравнению с теорией классов М. Вебера. Он, как и Гоулднер, не отрицали того факта, что американские социологи превзошли всех по части методической культуры исследований и статистических расчетов. Но победа оказалась пирровой: технология эмпирических исследований, поставленная на индустриальные рельсы, писал Миллс, порождает полужнаек или малоквалифицированных техников<sup>2</sup>. Примерно в те же годы повальное увлечение американских социологов количественными исследованиями П. Сорокин, знавший ситуацию изнутри, назовет «квантофренией». Р. Миллс придумал этому явлению другое имя - «абстрактный эмпиризм». Конвейер эмпирических исследований в США выгоден всем – правительству, крупным корпорациям, избирательным и маркетинговым агентствам, армии, университетам и опросным фирмам. Работа социолога на заказ автоматически ангажирует его в политический истеблишмент, при этом результаты исследований, в первую

голову прикладных, закрывают от общественности завесой коммерческой тайны. Ценность таких «научных» изысканий часто оказывалась весьма сомнительной.

Эмпирические данные нередко подгоняли под заранее выдвинутые гипотезы и теории. Миллс предупреждал: они сделаны после того, как собраны данные. Библиография и ссылки указывают на связь конкретного исследования с предыдущим, а также со сложившейся теоретической традицией. Окружить эмпирическое исследование «теорией» и тем самым «придать ему значимость» равносильно тому, что приукрасить его или создать подходящую «легенду». А у постороннего человека складывается впечатление, что исследование, получившее подкрепление в научной традиции, проверяет теоретические гипотезы и концепцию в целом. Ничего этого в действительности не существует<sup>3</sup>. В результате как в СССР, так и в США неустанный труд «социологических муравьев», не видящих дальше своей лужайки и полученных эмпирических данных, оборачивался маломасштабностью, а значит, не историчностью и несопоставимостью результатов. Как только они поднимали глаза в небо и пытались строить теории, как моментально отрывались от земли и витали в облаках. Чрезмерная лояльность социологов руководству факультета, главе научной школы или корпорации, мелкоте-

<sup>1</sup> Кравченко А.И. Ч.Р. Миллс как критик академической и прикладной социологии. Первый леворадикальный проект «новой социологии» // История теоретической социологии. В 4-х т. Т. 4 / Отв. ред. и составитель Ю.Н.Давыдов - СПб.: РХГИ, 2000, с.91.

<sup>2</sup> Mills C. W. The sociological imagination. N.Y., 1959, p.56.

<sup>3</sup> Кравченко А.И. Ч.Р. Миллс как критик академической и прикладной социологии. Первый леворадикальный проект «новой социологии» // История теоретической социологии. В 4-х т. Т. 4 / Отв. ред. и составитель Ю.Н.Давыдов - СПб.: РХГИ, 2000, с.95.



мье, «ползучий» эмпиризм, нелюбовь или невнимание к социально-философским размышлениям, наконец, бюрократический стиль мышления сводят на нет все преимущества американской социологии.

**Литература**

1. Алябьева Т.К. Культурно-историческое наследие в начале XXI века // Научно-аналитический журнал Обозреватель - Observer. 2015. № 4 (303). С. 115-123.
2. Егоров В.Г., Чистова С.М. Городское ремесленное производство России в отечественной историографии / В.Г. Егоров, С.М. Чистова; Центр социально-политического прогнозирования. Москва, 2009.
3. Политические учения XX-XXI вв / Егоров В.Г., Абрамов А.В., Алексеев Р.А., Алябьева Т.К., Березкина О.С., Вититнев С.Ф., Козьякова Н.С., Лавренов С.Я., Синчук Ю.В., Федорченко С.Н. Москва, 2015.

**Work as the first vital need: the ideological task and objective reality**

**Kravchenko A.I.**

Moscow State University

The purpose of the article - based on a brief historical overview of Soviet sociology postwar period to reveal micro- and macro-content of conception labor as the first ne-

cessities of life, a new look at its role in the ideological justification of transition from socialism to capitalism. To identify the international context of the formation of this concept, author cites the American experience a research of work as priority vital interest and shows that with the help of exaggerated virtues of capitalism. The result revealed a similar ideological preconceived interpretations of social labor not only regionally, but also internationally.

**Keywords:** labor as the first need of life, Central life interest, job satisfaction, Soviet and American sociology

**References**

1. Alyabyeva T.K. Cultural and historical heritage at the beginning of the XXI century // Scientific and analytical journal Observer - Observer. 2015. No. 4 (303). S. 115-123.
2. Egorov V.G., Chistova S.M. Urban handicraft production of Russia in domestic historiography / V.G. Egorov S.M. Chistova; Center for socio-political forecasting. Moscow, 2009.
3. Political teachings of the XX-XXI centuries / Egorov V.G., Abramov A.V., Alekseev R.A., Alyabyeva T.K., Berezkina O.S., Vititnev S.F., Kozyakova N.S., Lavrenov S.Ya., Sinchuk Yu.V., Fedorchenko S.N. Moscow, 2015.



## Законодательное обеспечение механизма повышения эффективности социального партнерства

Мальшев М.А.

В статье отмечается, что в России нет устоявшейся демократии и «джентльменской» ответственности за результаты выполнения договоренностей. Необходимо законодательное подкрепление процесса переговоров. В то же время, опробованные в рамках системы социального партнерства нормы должны готовить основу соответствующим законопроектам.

В статье показывается, что решение проблем повышения эффективности социального партнерства должно базироваться на соответствующем совершенствовании законодательной базы, как собственно социального партнерства, так и отраслей социальной деятельности, попадающих в сферу его интересов.

**Ключевые слова:** переговоры, социальное партнерство, законодательная база, социальная деятельность.

Введение в Трудовой кодекс самостоятельного раздела «Социальное партнерство в сфере труда» [1] породило мнение, суть которого в том, что все проблемы законодательного обеспечения развития социального партнерства в Российской Федерации решены. Такой вывод представляется поверхностным.

Просматриваются следующие основные направления совершенствования законодательства в области социального партнерства.

Первая группа обусловлена его несовершенством, вторая – необходимостью развития.

Что касается первой группы.

*Во-первых*, нельзя отрицать тот факт, что Трудовой кодекс, будучи плодом компромисса многих российских политических сил, вступивших во взаимодействие в процессе его разработки и принятия, не избежал определенных противоречий, которые требуют разрешения.

Кроме того, имеются принципиальные положения Трудового кодекса и других законодательных актов в этой области, дающие ошибочное направление пониманию и развитию социального партнерства и требующие корректировки.

*Во-вторых*, требуют однозначной оценки противоречия между



Трудовым кодексом и ранее принятыми Законами в этой области.

Представляется, что характер законодательных актов в области социального партнерства, существовавших до принятия Трудового кодекса: Закон РФ «О коллективных договорах и соглашениях», ряд положений Закона РФ «О профессиональных союзах их правах и гарантиях деятельности», Закон РФ «О российской трехсторонней комиссии», обширная региональная законодательная база, не позволяет применить формулу «что противоречит Трудовому кодексу - подлежит отмене, что не противоречит - действует» без внесения корректировок в действующие акты на основе серьезного анализа их профессионалами.

Установить соответствие либо не соответствие тех или иных положений действующего законодательства в области социального партнерства Трудовому кодексу достаточно сложно вследствие различных не только принципиальных подходов к формированию этих документов, но, зачастую, редакционных вариантов аналогичных по сути положений.

Учитывая, что применяют законодательные положения в области социального партнерства, как правило, не профессионалы, оно должно быть понятным, четко сформулированным. Более чем во всяком другом случае, здесь недопустимы положения, допускающие двойное толкование. Законодательство о социальном партнерстве призвано содействовать регулированию потенциально конфликтных взаимоотношений работников и работодателей, групп с различными интересами. Допу-

стить возможность двойного толкования, значит, - не обеспечить решение главной задачи.

*В-третьих*, Трудовой кодекс породил ряд проблем его применения, требующих уточнений если не на законодательном, то, во всяком случае, на правоприменительном уровне. Существует необходимость подготовки официальных комментариев к существующему законодательству, это способствовало бы повышению правовой грамотности, как работников, так и работодателей.

В частности внесен ряд изменений в иерархию и порядок заключения соглашений и коллективных договоров (Ст. 45 ТК) [2]. Это поставило перед органами представительства социальных партнеров различного уровня проблему перерегистрации (перезаключения) ряда соглашений. В первую очередь это проблема для крупных компаний, заключавших соответствующие соглашения со своими профсоюзами.

В условиях продолжающегося процесса сокращения компетенции министерств и ведомств, процесс заключения отраслевых соглашений ставит перед профсоюзами все больше проблем, как организационного, так и содержательного плана. В этих условиях все более насущной задачей становится приведение в соответствие многих норм трудового и гражданского законодательства (коллективные трудовые нормы применительно к организациям различных форм собственности), более четкое регулирование трудовых отношений в организациях со сложной структурой (холдинги, финансово-промышленные группы, транснациональные корпорации и т.п.).



Достаточно болезненной и неразработанной остается проблема распространения отраслевых соглашений на предприятия, не входящие в объединения работодателей. Процедура этого этапа договорных взаимоотношений нуждается в дальнейшей нормативно-правовой проработке.

*Суммируя все вышеизложенное, следует констатировать, что правоприменительная практика в сфере социального партнерства после введения в действие Трудового кодекса не дала однозначного ответа на вопрос о роли последнего в развитии социального диалога.*

С одной стороны, имеющаяся информация свидетельствует о вызовах, происходящих в сфере социально-трудовых отношений [3], о том, что последствия принятия тех или иных нормативно-правовых актов могут быть результатом определенного этапа развития трудовых отношений, развития правоприменительной практики. Только в этом случае возможно планирование принятия новых актов, ликвидирующих пробелы в существующем законодательстве.

С другой, - Трудовой кодекс, как продукт компромисса сторон, не внес кардинальных изменений в систему регулирования коллективно-договорных отношений, в систему социального партнерства.

Оценивая положительные стороны его принятия, следует указать на то, что им завершился этап первичного формирования законодательной базы социального партнерства. Нынешний период, это период дальнейшего развития и совершенствования законодательной базы социального партнерства.

Решение проблемы совершенствования законодательства в области социального партнерства с организационной точки зрения может идти в двух направлениях:

- корректировка Трудового кодекса;
- принятие законодательных актов развивающих и дополняющих его, в частности, специального федерального Закона «О социальном партнерстве», и развитие соответствующих региональных законодательных актов.

Принципиальное решение вопроса о целесообразности, либо не целесообразности принятия новых этапных законов, в первую очередь федерального закона о социальном партнерстве представляется одним из проблемных исходя из логики законотворческого процесса.

Социальное партнерство - явление чрезвычайно комплексное, включающее слишком разнообразные элементы (от идеологических и политических проблем - до процедур подписания и контроля выполнения конкретных коллективных договоров и соглашений). В силу этого обозначение в одном законодательном акте всех вопросов представляется проблематичным. Вместе с тем, институциональная и процедурная часть системы социального партнерства, по-видимому, могут и должны регулироваться одним документом. Будет ли это Трудовой кодекс или специальный закон представляется не столь принципиальным, если исходить не из процедуры, а из содержания проблемы.

*Предложения по совершенствованию Трудового кодекса.*



Представляется, что некоторые его положения требуют принципиального пересмотра.

При подобном подходе следует подчеркнуть, что в собственно трудовых отношениях могут быть только две стороны - работодатель и работополучатель. Когда же речь идет об участии государства, о трипартизме [4], то подразумевается регулирование системы социально-трудовых отношений, определенная модель их организации. Зачастую происходит смешение представлений об этих уровнях регулирования. Это недопонимание мешает формированию стройной законодательной базы социального диалога.

Одним из требующих корректировок положений Трудового кодекса является искусственно ограниченное содержание статьи 26, где отсутствует понятие системы социального партнерства.

Теория и практика определила в качестве системы социального партнерства совокупность органов, документов, нормативных положений, соглашений регулирующих взаимоотношения между работниками, работодателями и их представителями, государственной властью на различных уровнях взаимодействия.

В то же время, статья 26 Трудового кодекса «Уровни социального партнерства» лишь перечисляет уровни системы [5], не давая ей комплексного определения. Развернутое понятие системы социального партнерства содержится в региональных законах «О социальном партнерстве», которые в таком случае, формально вступают в противоречие с Трудовым кодексом.

Такое положение представляется не правомерным. Формально - по букве Закона - можно усмотреть противоречия, по духу же Закона - противоречия нет. Более того, региональное законодательство в данном случае демонстрирует более глубокое понимание сути дела.

Возможен следующий вариант разрешения данного противоречия - изменение содержания статьи Трудового кодекса и приведение развернутого понятия системы социального партнерства в специальном Законе «О социальном партнерстве».

Необходимо, кроме того, в принципе, на уровне комментариев к Трудовому кодексу решить вопрос правомерности развития тех или иных его положений региональными законодательными актами.

Важнейшим принципом социального партнерства, в частности, закрепленным Трудовым кодексом, является равноправие партнеров. В данном случае по букве Трудового кодекса не усматривается никаких противоречий. В Трудовом кодексе есть ссылка на специальный закон о Российской трехсторонней комиссии, который регулирует ее работу. По сути, духу социального партнерства Российская трехсторонняя комиссия строится без учета важнейшего принципа равноправия и паритетности сторон. Закон «О Российской трехсторонней комиссии» требует существенной переработки либо отмены (при условии разработки Закона «О социальном партнерстве»).

Для органов системы социального партнерства всех уровней законодательно должен быть установлен механизм, обеспечивающий





обязательное исполнение принятых договоренностей, присоединения к ним организаций, прямо не участвующих в переговорах.

В настоящее время противоречием является то, что:

- с одной стороны, работники вправе поручить профсоюзу вести переговоры от их имени;
- с другой, в не зависимости от этого акта заключенный договор будет на них распространяться.

*Таким образом, Трудовой кодекс предусматривает бессмысленное действие со стороны работников.*

Необходимы уточнения и дополнения в процедурных, процессуальных вопросах.

Важнейшее обстоятельство, делающее необходимым совершенствование законодательства в области социального партнерства - необходимость развития системы социального партнерства, как в организационном, так и в содержательном аспекте.

Социальное партнерство должно развиваться в сторону расширения «сфер своего влияния», т.е. расширение сфер, общественных проблем непосредственного воздействия.

Традиционно сферой социального партнерства является сфера социально-трудовых отношений. В 2009 г. в Законе г. Москвы «О социальном партнерстве» (ст. 1) было отмечено, что социальное партнерство охватывает не только социально-трудовую сферу, но и сферу связанных с ними экономических вопросов [6]. Затем в Трудовом Кодексе РФ (ст. 45) это положение было подтверждено в формулировке «Иные соглашения - соглашения, которые могут заклю-

чаться сторонами на любом уровне социального партнерства по отдельным направлениям регулирования социально-трудовых отношений и иных непосредственно связанных с ними отношений» [7].

Учитывая российскую специфику (в частности - особая роль государственной власти в жизни общества, высокую степень политизированности общества и др.) необходимо способствовать расширению сфер воздействия социального партнерства - не только на социально-трудовые отношения, но и на связанные с ними экономические (например, продолжающаяся приватизация [8], процессы смены собственников) и политические отношения (формирование социального государства [9]).

Действительно, установление минимальных размеров оплаты труда, например, в части превышающей законодательно установленные минимальные государственные гарантии наиболее объективно может быть осуществлено на основе сбалансированных интересов и с учетом возможностей работников, работников, государственной власти. При этом может и должна присутствовать инициатива и определенная самостоятельность регионов и отраслей.

Представляется целесообразным откорректировать положения законодательства о социальном партнерстве таким образом, чтобы рациональная инициатива социальных партнеров в области установления социальных гарантий не встречала сопротивления, а напротив, находила поддержку.

Трудовой кодекс определил новое направление социального партнерства - участие работников



и работодателей в урегулировании трудовых споров.

Реализация данного положения требует комплексного анализа мирового опыта третейских трудовых судов, разработки и внедрения законоположений, позволяющих реализовать его в России.

В рамках Международной организации труда (МОТ), Европейского Союза, других международных правительственных, общественных организаций в течение многих лет выработывались принципы регулирования трудовых споров. Европейская социальная хартия 1961 года в ст. 6 «Право на коллективные переговоры» как одну из обязанностей сторон рассматривает поощрение формирования и применения подходящего механизма примирения и добровольного арбитража для разрешения трудовых споров [10]. В развитие этого положения Хартия Сообщества «Об основных социальных правах трудящихся» 1989 года констатировала, что для содействия урегулированию промышленных споров следует поощрять создание и использование на соответствующих уровнях процедур примирения, посредничества и арбитража в соответствии с национальной практикой [11].

В России функционирует трудовой арбитражный суд, призванный отрабатывать технологии регулирования коллективных трудовых споров с участием сторон на базе действующего законодательства, выработывать предложения по его совершенствованию.

Существующая практика комиссий по трудовым спорам показывает, что в особо сложных случаях, созданная на предприятии, пусть и самым демократичным способом,

комиссия может не вызывать доверия конфликтующих сторон. В этой связи досудебное рассмотрение спора с участием юристов, представляющих работников, работодателей и государство на более высоком уровне системы социального партнерства, могло бы быть достаточно эффективным. Разумеется, в случае положительной практики, должны быть подготовлены и приняты законодательные акты, придающие решению трудового суда статус обязательного для исполнения. Не исключен путь дальнейшего развития законодательства в направлении создания на базе трудовых судов отдельной «ветви» судебной власти, по аналогии с мировыми судьями по гражданским делам. По видимому, в ситуации трудовых споров не целесообразно уходить от «трипартизма», то есть участия в рассмотрении споров трех партнеров (судьи - представителя государства, судей (арбитров) - представителей работников и работодателей).

*Для качественного совершенствования правовой базы социального партнерства необходимо:*

1. Изменить статус Генерального соглашения, определив его как правовой акт, выражающий основы социальной политики, проводимой в обществе на данном периоде; регулирующий, регламентирующий формирование, принятие и исполнение бюджета Российской Федерации в его социальной части.

2. Придать Генеральному соглашению после его подписания статус федерального Закона прямого действия, со всеми вытекающими последствиями; определенные в Генеральном соглашении пороговые индикаторы и социаль-



ные нормативы должны быть обязательными ориентирами для соответствующих постановлений Правительства РФ, требований профсоюзов, действий работодателей и должны иметь соответствующее финансовое обеспечение.

3. Качественно изменить систему контроля за реализацией принятых соглашений и коллективных договоров.

Действующее законодательство предусматривает ответственность лишь отдельных лиц, а не сторон соглашения в целом (Гл. 9 Трудового Кодекса РФ и называется «Ответственность сторон социального партнерства») [12].

В Законе должна быть предусмотрена ответственность не только отдельных лиц за невыполнение соглашений, но и ответственность в целом соответствующей стороны соглашения.

4. Разработать единую для всех сторон соглашений методику определения степени выполнения тех или иных соглашений.

5. В случае принятия федерального закона о социальном партнерстве (о чем говорилось ранее) привести все региональные законы о социальном партнерстве в соответствие с этим федеральным законом, чтобы в регионах не было разнобоя и разночтения в толковании самой сути социального партнерства, его принципов, прав и полномочий органов и организаций его системы и субъектов, мер ответственности за невыполнение коллективных соглашений.

6. Внести дополнение в Конституцию РФ: Статью, определяющую РФ как социальное государство, дополнить положением о том,

что социальное партнерство является важнейшим принципом общественных отношений в социальном государстве.

Такое дополнение придаст социальному партнерству статус конституционного положения.

Кроме того, рассмотреть вопрос о придании права законодательной инициативы Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений.

Подобная мера укрепит и усилит положение и правомочность Российской трехсторонней комиссии, изменит ее реальное сегодняшнее положение лишь как совещательного органа при Правительстве РФ.

Предложенные для решения проблемы совершенствования законодательства о социальном партнерстве предъявляют высокие требования к процессу внесения дополнений и изменений в Трудовой кодекс, который проходит сегодня.

Вместе с тем, анализ предлагаемых корректив, говорит о не возможности с их помощью решить стоящие проблемы. За небольшим исключением поправки относятся к улучшению структуры документа, повышению однозначности понимания различных положений и выражений, которые могут трактоваться по-разному. При всей важности этой задачи ограничиваться только ее решением было бы не правильно.

С другой стороны, при наличии неразрешимых противоречий между сторонами соглашений, плохое соглашение - лучшая гарантия, чем отсутствие какого-либо соглашения.

#### Литература

1. Раздел II. Социально партнерство в сфере труда. Трудовой



кодекс Российской Федерации.  
URL:

[http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/addd79960fa4a5f2a217e92d5007516ac36ee15b/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/addd79960fa4a5f2a217e92d5007516ac36ee15b/) (дата обращения: 03.08.2019).

2. Статья 45. Соглашение. Виды соглашений. Трудовой кодекс Российской Федерации. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/) (дата обращения: 03.08.2019).

3. X съезд ФНПР. URL: <http://www.fnpr.ru/n/241/17648.html> (дата обращения: 05.08.2019).

4. Малышев М.А. Трипартизм в системе социального партнерства // Социология власти. 2008. № 1. С. 63-70.

5. Статья 26. Уровни социального партнерства. Трудовой кодекс Российской Федерации. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/) (дата обращения: 03.08.2019).

6. Закон г. Москвы «О социальном партнерстве в городе Москве» от 11.11.2009. № 4. ст. 1. URL: <https://moskva-pravo.ru/zakon/2009-11-11-n-4/st-1.html> (дата обращения: 03.08.2019).

7. Статья 45. Соглашение. Виды соглашений. Трудовой кодекс Российской Федерации. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/) (дата обращения: 03.08.2019).

8. Валерий Филоненко. Приватизацию запустят по-новому // Парламентская газета. URL: <https://www.pnp.ru/top/site/privatizaciya-zapustyat-po-novomu.html> (дата обращения: 05.08.2019).

9. Малышев М.А., Малышева Н.С. Проблемы формирования социального государства в России // Труд и социальные отношения. 2017. № 1. С. 111-127.

10. Европейская социальная хартия (пересмотренная) (принята в г. Страсбурге 03.05.1996). Статья 6. Право на коллективные переговоры. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_120807/ea723bb3689e41079cfdc74dba783f4bcec18fee/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120807/ea723bb3689e41079cfdc74dba783f4bcec18fee/) (дата обращения: 05.08.2019).

11. Хартия Сообщества об основных социальных правах трудящихся. Страсбург. 9 декабря 1989 года. URL: <http://law.edu.ru/norm/norm.asp?normID=1162680&subID=100052984,100052995> (дата обращения: 06.08.2019).

12. Глава 9. Ответственность сторон социального партнерства. Трудовой кодекс Российской Федерации. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/03958579ce2e086172ce4ede205e354b9291e1e4/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/03958579ce2e086172ce4ede205e354b9291e1e4/) (дата обращения: 06.08.2019).

**Legislative support of the mechanism for increasing the effectiveness of social partnership**

**Malyshev M.A.**

Moscow State University

The article notes that in Russia there is no established democracy and «gentlemanly» responsibility for the results of the implementation of agreements. Legislative support is needed for the negotiation process. At the same time, the standards tested in the framework of the social partnership system should prepare the basis for relevant bills.

The article shows that the solution to the problems of increasing the effectiveness of social partnership should be based on the corresponding improvement of the legislative base of both the actual social partnership and the sectors of social activity falling within its sphere of interests.



**Key words:** negotiations, social partnership, legislative framework, social activities.

**References**

1. Section II. Social partnership at work. Labor Code of the Russian Federation. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/addd79960fa4a5f2a217e92d5007516ac36ee15b/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/addd79960fa4a5f2a217e92d5007516ac36ee15b/) (accessed: 03.08.2019).
2. Article 45. Agreement. Types of agreements. Labor Code of the Russian Federation. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/) (accessed: 08/03/2019).
3. X Congress of the FNPR. URL: <http://www.fnpr.ru/n/241/17648.html> (accessed date: 08/05/2019).
4. Malyshev M.A. Tripartism in the system of social partnership // Sociology of power. 2008. No. 1. S. 63-70.
5. Article 26. Levels of social partnership. Labor Code of the Russian Federation. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/) (accessed: 08/03/2019).
6. The law of Moscow "On social partnership in the city of Moscow" from 11.11.2009. No. 4. Art. 1. URL: <https://moskva-pravo.ru/zakon/2009-11-11-n-4/st-1.html> (accessed: 08/03/2019).
7. Article 45. Agreement. Types of agreements. Labor Code of the Russian Federation. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/4a75ab12319ef75073ca2707e0ecee3f7aaf696c/) (accessed: 08/03/2019).
8. Valery Filonenko. Privatization will be launched in a new way // Parliamentary newspaper. URL: <https://www.pnp.ru/top/site/privatizaciyu-zapustyat-po-novomu.html> (accessed date: 08/05/2019).
9. Malyshev M.A., Malysheva N.S. Problems of the formation of a social state in Russia // Labor and social relations. 2017. No. 1. S. 111-127.
10. European Social Charter (revised) (adopted in the city of Strasbourg 05/03/1996). Article 6. The right to collective bargaining. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_120807/ea723bb3689e41079cfdc74dba783f4bcec18fee/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_120807/ea723bb3689e41079cfdc74dba783f4bcec18fee/) (accessed 08.08.2019).
11. Community Charter on the fundamental social rights of workers. Strasbourg. December 9, 1989. URL: <http://law.edu.ru/norm/norm.asp?normID=1162680&subID=100052984,100052995> (accessed: 08/06/2019).
12. Chapter 9. Responsibility of the parties to social partnership. Labor Code of the Russian Federation. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_34683/03958579ce2e086172ce4ede205e354b9291e1e4/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34683/03958579ce2e086172ce4ede205e354b9291e1e4/) (accessed: 08/06/2019).



## Корпорированность социальных общностей: социологические и правовые аспекты

Тирских М.Г., Дружинин Г.В.

В статье приводится анализ свойств социальных общностей, которые позволяют общностям определяться в качестве корпораций. Для этого формируется понятийная база понимания такого явления, как корпоративная общность, определяются ее признаки. Целью научного исследования является анализ и выявление признаков, способствующих корпорированности.

Исследуются факторы, позволяющие осуществить формирование общности, являющейся корпорацией. Рассматриваются фазовые состояния корпоративных общностей как потенциальные корпорации с усеченной формализацией и с усеченным функционированием, а также завершенная форма корпорации. Одной из задач настоящего исследования является реализация методологического аспекта, а именно выявление и применение методологических основ, способствующих объективному и всестороннему научному анализу корпораций, как объекту познания. Понимание и выявление существенных признаков корпораций в системе корпоративных общностей позволит с научной точки зрения зафиксировать целостную динамику развития корпоративной общности от малой социальной группы до устойчивой и функционирующей социетальной системы.

**Ключевые слова:** корпорация, социальная общность, социальные свойства корпорации, юридические свойства корпорации, корпорированность.

**Введение.** Корпорации являются естественным атрибутом жизни современного общества. При этом, в настоящее время представление о них увязывается в первую очередь с коммерческими структурами, осуществляющими хозяйственную деятельность на основе сложения капитала. В тоже время, если использовать ретроспективный подход, то мы увидим, что под корпорацией (от лат. corporatio – объединение) понимались различные устойчивые социальные общности, такие как цеховые объединения Средневековой Европы, университеты, сообщества жителей определенных местностей, органы местного самоуправления и даже государство (данное утверждение требует особого внимания и вряд ли может быть в полной мере раскрыто в данной статье), а также коммерческие предприятия.

Однако такой подход не отражает всего многообразия корпорированных структур, которые существуют в современном обществе. Тем более, само представление о корпорациях, зачастую основывается на весьма шатких методологических основах, слабо соотносится с концептуальными подходами к структурированию общества и сущностью происходящих в обществе социальных процессов.

Проблема корпораций, их развитие, место в обществе данных





структур всегда имели большой интерес для социологической и социально-философской науки и были отражена в работах таких авторов, как М. Вебер, Т. Парсонс, Е. Шейн, У. Оучи, Дж. Мартин, Э. Смирнов, А. Пригожин, Е. Попов, В. Щербина и других. Проблемы управления корпорациями рассматривались Х. Ансоффом, Б. Карлофом, А. Хоскинггом, Ф. Котлером, А. Стерлиной, Я. Хабермасом, У. Ульрихом, А. Маслоу и др. До настоящего времени проблематика понимания корпорации как социального явления выступает предметом исследования как российской, так и зарубежной науки [1, 8, 14, 15, 20].

В рамках настоящей работы мы считаем целесообразным осуществить комплексный анализ современного состояния явления – корпоративная-общность, рассмотреть ее фазовые состояния и базовые аспекты функционирования.

#### **Представления о корпорации.**

Наш взгляд, авторы, которые полагают, что корпорацией является только общность, прошедшая обязательную регистрацию в качестве юридического лица, то есть государственное признание, в некоторой степени не правы, поскольку в законодательстве РФ объединения граждан, по своей природе являющиеся корпоративными, не обязаны к регистрации в качестве юридических лиц. Да, такая корпорация не будет обладать рядом прав, будет ограничена в некотором роде в своей функциональности. Но такая корпоративная общность будет содержать в себе способность к кооперации индивидуумов в рамках совокупности унифицированных целей взаимодей-

ствия. Эта общность представляет собой корпорацию, прибывающую в фазовом состоянии корпорации с усеченной формализацией. Подробнее фазовые состояния корпоративных общностей и их особенности мы рассмотрим в рамках настоящей работы позднее.

Установление оснований, при которых та или иная общность способна стать корпорацией имеет приоритетное значение, показывает возможности конструирования в современном обществе систем, обладающих устойчивостью, внутренней информированностью поведения его членов и способностью воздействовать на социум в свою очередь, подвергаясь влиянию с его стороны. Анализ данных вопросов, на наш взгляд, требует детального междисциплинарного исследования.

В рамках проводимого нами исследования существенную важность имеет использование терминологии. Под социальной общностью можно понимать реальное объединение людей, объективно заданное способом их устойчивой взаимосвязи, при котором они выступают (проявляют себя) как коллективный субъект социального действия [17]. Свойствами социальной общности будут являться:

- 1) функционирование общности в условиях человеческого общества;
- 2) наличие в составе общности социальных индивидуумов;
- 3) реальность объединения индивидуумов в рамках объединения;
- 4) наличие в объединении точно определенной взаимосвязи между индивидуумами необязательно представленной статусами или рангами индивидуумов;





5) совместная деятельность индивидуумов в рамках общности;

6) самоидентификация индивидуумов в рамках общности в качестве членов общности с фиксацией самостоятельной возможности деятельности такой общности.

Полагаем, что социальные общности можно рассматривать через дихотомию случайности взаимодействия индивидуумов. Исходя из такого понимания, общности могут быть «спонтанными» и «системными». Под «спонтанными» понимаются такие общности, формирующиеся без наличия у индивидуумов воли на формирование такой общности, однако проявляющие все признаки общности. Например, совокупность людей, спасающихся в результате кораблекрушения на шлюпке, не имели изначальной цели к совместной деятельности именно в таком составе, однако в результате указанных обстоятельств были вынуждены сформировать объединение, имеющее все необходимые свойства социальной общности.

Системная общность является таким объединением индивидуумов, которое зависит от воли индивидуумов и их стремления создать именно такую социальную общность, которая создана и функционирует в ее составе. В свою очередь системные социальные общности можно подразделить на «корпоративизируемые общности» (для которых присущи свойства корпорации) и «некорпоративизируемые общности», в которых не присутствуют и не могут присутствовать черты корпораций. Примером некорпоративизируемой общности может, например, быть совокупность избирателей. Данная сово-

купность сформировалась по воле индивидуумов, она объединяет их в специфическую общность, нацеленную на осуществление процесса волеизъявления индивидуумов и избрание должностного лица по установленной процедуре. Совокупность избирателей нельзя отождествлять с избирательным корпусом таких избирательных систем в которых право выбора является прерогативой немногих, обладающих определенным цензом и, зачастую, вступающих в корпорацию по принципу обладания этим цензом, а также с коллегией выборщиков, которые, по сути, становятся особым социальным объединением (корпорацией), созданным для реализации избирательных функций.

В науке активно используется терминологическая конструкция «общность - корпорация» [3, 11]. Социальная общность, которую можно назвать «общностью – корпорацией» характеризуется рядом свойств, отличающих ее в кругу иных социальных общностей и которые можно определить единым базовым свойством «корпоративизуемостью», то есть способностью стать «общностью - корпорацией». К числу таких свойств относятся:

1. Наличие устойчивой сегрегации лиц, допускаемых, или не допускаемых в состав такой общности, а равно процедуры допуска в состав такой общности. Общности-корпорации являются закрытыми от индивидуумов, не соответствующих каким-либо предварительно определенным требованиям и не выполнившим действий (процедур), связанных с возможностью стать участником такой корпорации. Таким образом, «общность-



корпорация», это всегда общность условно-закрытого типа, в которой не должны присутствовать лица, не соответствующие формальным требованиям, предъявляемым к таким лицам. Такое условие касается самых разных видов «общностей-корпораций»: коммерческих корпораций (хозяйственное общество), профессиональных корпораций (средневековые гильдии и цеха, современные предприятия и профессиональные союзы), политических корпораций (политические партии), социальные корпорации (университеты, муниципальные образования и т.д.).

Индивидуумы, хотя и взаимодействующие с «общностью-корпорацией», но не соответствующие формальным требованиям (достижение возраста, наличия гражданства, имущественный либо образовательный ценз и т.д.) и не прошедшие формальных процедур с которыми обусловлено включение в «общность-корпорацию» не могут рассматриваться как субъект, состоящий в корпорации [18]. Так, например, человек, сочувствующий политической партии, принимающий участие в предвыборной агитации, вносящий пожертвования, однако не прошедший официальную процедуру вступления в партию, не может в полной мере являться участником такой «общности-корпорации».

2. Вторым отличительным свойством «общностей-корпораций» является наличие у участников «общности-корпорации» формально закрепленного статуса в рамках общности. Любая «общность-корпорация» состоящая из совокупности индивидуумов должна устанавливать статусное дифференцирование участников, от кото-

рого зависит объем прав и обязанностей индивидуумов в корпорации. Структурированность «общности-корпорации» приводит к формированию в рамках такой общности внутривидовых компонентов, отличающихся функциональной направленностью (отделы, фракции, группы), а также распределению прав и обязанностей участников общности, необходимой для реализации тех целей и задач, на достижение которых направлено функционирование корпорации. Такое распределение имело место быть в рамках средневековых цеховых корпораций (выделялись мастера и подмастерья, ученики цехов)[9], в университетах (члены университетского совета, рядовые преподаватели, студенты, иные лица, относимые к университету), в современных коммерческих корпорациях (члены совета директоров, управляющие участники, рядовые участники) и т.д. Структурирование является необходимым для наиболее успешного достижения целей корпорации. Учитывая, что «общности-корпорации», как правило, функционируют в конкурентной среде, где присутствуют и иные «общности – корпорации», ставящие аналогичные цели и задачи своего функционирования и стремящиеся к их быстрейшему достижению, ошибки в установлении статусной дифференциации и разделении персонального состава «общности-корпорации» на функциональные группы приводит к поражению в конкурентной борьбе и прекращению функционирования самой корпорации. Формализация общностей-корпораций обладает ярко выраженным формально юридическим аспектом. Государство



требует, чтобы такая формализация осуществлялась в строго определенных формах (государственная регистрация), с представлением строго определенной совокупности документов, удостоверяющих форму взаимодействия между участниками корпорации (устав, уставной договор и т.д.). Такие требования зафиксированы в правовых актах РФ.

3. Третьим свойством «общности-корпорации», на наш взгляд, следует назвать то, что такие общности имеют дуальный характер, с одной стороны являясь общностью, включающей в свой состав совокупность индивидуумов, а с другой представляясь унифицированным объединением имущества, имущественных и неимущественных прав. То есть «общности-корпорации» в отличие от иных общностей обладают свойством имущественной унифицированности и обособленности. В условиях «общности-корпорации» в обязательном порядке формально закрепляется принцип участия индивидуумов в корпорации не только персонально (своей волей), но и имущественно (принадлежащим им имуществом). В таком случае индивидуумы входят в ее состав не только как индивидуумы, обладающие самостоятельной волей, но как индивидуумы, обладающие имущественным базисом, представляющим интерес для всех участников корпорации, служащим для достижения поставленных корпорацией целей. При этом, тот объем имущества, имущественных прав и т.д. является одновременно предустановленным основанием включения в состав корпорации (вклад в уставный капитал, стоимость пакета акций, до-

ля в пае для коммерческих корпораций, вступительный и членские взносы для политических корпораций, имущество, необходимое для трудовой деятельности и собственный труд для средневековых цехов и гильдий, труд педагога и плата за обучения учащегося в университетах). Важно отметить, что после внесения имущественного вклада в «общность-корпорацию» ее участник как правило, утрачивает право на свободное распоряжение ей. Так, имущество, вносимое в качестве вклада в уставный капитал, становится частью имущества коммерческой корпорации и перестает быть имуществом прежнего владельца. Безусловно, может возникнуть вопрос о вкладах в корпорацию в виде собственного труда. Ведь труд человека является лишь исключительно его свойством и не может существовать в отрыве от человека. Однако опыт таких корпораций, как средневековые цеха или университеты показывает, что данное правило справедливо и в отношении труда, как вклада в корпорацию. Дело в том, что индивидуум, вступивший в корпорацию, утрачивал право свободного распоряжения своим трудом, поскольку правила соответствующих корпораций запрещали работу в других корпорациях и индивидуальную трудовую деятельность в отрыве от данной корпорации. Нарушивший данное правило участник исключался из состава корпорации.

В итоге, для корпораций присущ двойственный персонально-имущественный характер объединения.

4. Наконец, четвертым важнейшим свойством общности, являю-



щейся корпорацией можно назвать наличие в «общности-корпорации» внутренних формализованных правил, устанавливаемых участниками общности. Безусловно «общности-корпорации» функционируют в условиях политически выраженной среды. Их функционирование происходит в условиях наличия политической власти (государство, местное самоуправление), правовых регуляторов общественных отношений. Однако отличительной чертой таких структур является формирование самостоятельной совокупности правил поведения и ее формализация в обязательной форме, установленной участниками таких «общностей-корпораций».

Данные правила распространяются только на членов корпорации и влекут изменение их статуса в рамках корпорации, вплоть до исключения из ее состава. При этом указанные правила влияют и на отношения, возникающие между участниками «общности-корпорации» и третьими лицами, поскольку в значительном числе случаев формируют унифицированные правила взаимодействия с третьими лицами обязательные для участников корпорации и необязательные для соответствующих третьих лиц.

Указанные правила не являются нормами морали, нравственности, социального обычая, религиозными правилами и нормами, иными социальными регуляторами общественных отношений. При этом такие правила могут в некоторой части сочетаться с вышеназванными социальными регуляторами, происходить из них. Так, например, монашеские ордена средневековой Европы, являющиеся по своей

природе «общностью-корпорацией» формировали свои уставы и правила на основании базиса религиозных норм, однако значительно превосходили последних по детализации регулирования и широте сферы регулирования общественных отношений.

Формирование собственных квазиправовых регуляторов общественных отношений в рамках корпорации свойственно всем без исключения корпорациями. Коммерческие корпорации руководствуются уставом и внутрикорпоративными предписаниями, определяющими в первую очередь порядок взаимодействия учредителей (участников) корпорации между собой. Средневековые цеха обладали устойчивым набором цеховых правил, определявших не только полномочия участников гильдий или цехов, но и порядок проведения обучения цеховых подмастерьев, а также порядок взаимодействия участника такой корпорации с потребителями его товара или услуги. Цех выступал и в качестве организации взаимопомощи для своих членов, обеспечивавшей их за счет вступительного взноса, штрафов и иных платежей[4].

Европейские университеты по своей природе, также являвшиеся общностями-корпорациями, обладали значительным объемом специфических правил, начиная от распорядка учебной деятельности и заканчивая правилами административного надзора за поведением преподавателей и студентов.

Таким образом, для всех «общностей-корпораций» характерно создание внутреннего квазиправового базиса. Причиной тому служит взаимодействие двух факторов.



Во-первых, из-за слаженности и более тесного характера взаимодействия между участниками таких общностей. В рамках «общности-корпорации» взаимодействие между участниками происходит на постоянной основе. Оно обусловлено базовыми интересами участников. В коммерческой корпорации участники рискуют вложенным ими имуществом, от сохранности которого, зачастую, зависит успешное функционирование субъекта, в профессиональных корпорациях (цехах, гильдиях и т.д.), участники несут репутационные риски, в том числе риск дисквалификации в рамках избранной профессии [15].

Во-вторых, по причине отсутствия первичного авторитета (власти), которая могла бы самостоятельно устанавливать правила поведения. Более того, добровольный характер вступления участников в корпоративные структуры позволяет говорить о том, что «общность-корпорация» является суммой воли и интересов его участников и существует до тех пор, пока участники корпорации испытывают потребность в таком объединении, без которого они не могли бы достичь какой-либо значимой для них цели.

Корпорация всегда строится на формальных предписаниях. Это происходит в том числе и потому, что в корпорации отсутствуют предустановленные нормативные массивы социального поведения, необходимые для создания таких корпораций. Разумеется, корпорация существует в рамках социума и подчиняется его правилам (нормам морали, нравственности, обычая, религиозных правил). Корпорация испытывает их воздействие. Одна-

ко, она не детерминируется такими правилами, а формирует собственные внутренние нормативные массивы. Базовым регулятором отношений внутри корпорации, бесспорно, является соглашение между ее участниками. Субъекты, создающие корпорацию, не имеют в качестве доминанты родственных связей (и хотя они могут быть родственниками, их положение в «общности-корпорации» не зависит от их семейного положения), они не связаны религиозными нормами и правилами (хотя в рамках религиозных корпораций участники прибывают под постоянным влиянием религиозных норм, что не мешает им принимать самостоятельно нормы поведения, регулирующие отношения участников между собой), они (участники корпорации) хотя и ограничены нормами права (как впрочем, и все граждане государства, либо лица с иным фиксированным правовым статусом (иностранцы, апатриды, бипатриды) в отношении государства), при этом формируют собственную совокупность норм, регулирующих поведение субъекта внутри корпорации, самостоятельно определяя свои права и обязанности.

В таком случае критерий наличия внутреннего формализованного регулирования [19] позволяет исключить из числа общностей-корпораций такие образования, как семья (как коллектив родственников, регулируемый не волеизъявлением ее участников, а волей главы семьи), конфессия (коллектив верующих, исповедующих одно религиозное учение) и т.д.

При этом мы должны признать, что государство, как некая социальная общность имеет более



сложный характер. Действительно, государство может рассматриваться двояко в зависимости от того, что представляет собой государственная власть. Если государственная власть - это некоторое свойство, принадлежащее ограниченному кругу лиц и отчужденное от большинства индивидуумов, являющихся участниками государства (гражданами), то такое государство не может рассматриваться в качестве «общности-корпорации». Деспотические, тиранические, авторитарные режимы превращают государство из «общности-корпорации» в общность, основанную на неравенстве и навязывании воли одних лиц другими. Исключением лишь является случай, когда граждане добровольно выбрали такой способ установления правил поведения внутри общности, при которых ограниченное число лиц, принимающих управленческие решения, управляет всеми остальными членами такой общности.

Вместе с тем, если государственная власть является производной от воли совокупности индивидуумов, являющихся гражданами (представительная демократия), либо непосредственно осуществляется всей совокупностью индивидуумов – участников общности (прямая демократия), то такая общность вполне может быть определена в качестве корпорированной, при условии, естественно соблюдения остальных свойств «общности-корпорации».

Таким образом, под свойством «корпорированности» нужно понимать наличие у социальной общности возможностей для достижения указанных четырех свойств: сегре-

гируемого и статусного участия, кооперации субъектного состава и их имущественного вклада, способности самостоятельно регулировать поведение субъектов внутри общности. При этом последнее свойство является доминирующим, поскольку может определять порядок реализации всех остальных. В таком случае, очевидно, что свойством корпорированности обладают только устойчивые общности, обладающие формализованным и сегрегированным участием, обладающие имуществом и имущественными правами, вносимыми в корпорацию и формирующими совокупность правил поведения участников по воле самих участников. При этом такой волевой характер, на наш взгляд, является базовым свойством именно корпорированных общностей. Отсутствие какого-либо из данных элементов приводит к невозможности указанной общности стать корпорацией. Так, например, коллектив лиц, отбывающих лишение свободы в учреждении исполнения наказаний, ни в коем случае не может рассматриваться как корпорация. Хотя участники такой общности бесспорно сегрегированы, поскольку для включения в общность требуется специальная процедура осуждения, участники общности имеют внутреннюю статичность, распределяя между собой социальные роли, при этом даже не исключено, что у такой общности имеется какой-либо имущественный базис и даже совокупность установленных участниками общности «правил поведения» («понятий») данная общность не может рассматриваться в качестве корпорированной, поскольку у лиц, включенных в та-





кую структуру отсутствует свобода воли в отношении своего участия в такой общности. В то же время, преступное сообщество, члены которого не находятся в местах лишения свободы, вполне может быть корпорированным и становиться общностью-корпорацией. Действительно, участие или неучастие лица в таком преступном сообществе, обладающем устойчивым характером, связано с сегрегацией потенциальных членов, и зиждется на обладании лицом свойствами, которые ставятся общностью в качестве условия участия, а зачастую сопряжены и с прохождением специфических ритуалов включения в общность. Указанная общность основана на статусах его участников. В рамках преступного сообщества его участники приобретают определенные ранги, с которыми связаны их возможности в рамках социальной общности. Преступные сообщества всегда включают не только личное участие своих членов, но и имущественный вклад, распределяемый по воле всего сообщества. Наконец, в рамках таких сообществ формируется самостоятельная система правил поведения, отличных от внешних норм и правил, которая при этом либо принимается всеми участниками сообщества, либо лицами, делегированными всеми участниками общности. Также следует отметить, что все участники такого сообщества обладают автономией воли не ограниченной внешним воздействием.

Анализ способности социальных общностей становиться корпорациями требует изучения генезиса корпоративной организации таких общностей.

Появление корпорации обусловлено множеством условий, которые можно определить как условия внешнего и внутреннего характера. Под внутренними условиями следует понимать причины, существующие в самой природе человека и социальной группы, которые повлекли за собой появление корпорации. Объединение индивидов в социальные группы обусловлено потребностями человека, находясь в самой социальной группе, человек реализует потенциал и достигает поставленных целей в несколько раз быстрее, также решает проблемы, требующие колоссальных затрат ресурсов. Потребность в объединении лежит внутри самого человека.

Под внешними условиями необходимо понимать совокупность причин, существующих в пространстве, в котором находится социальная группа, и благодаря которым появляются корпорации: экономические, социальные, политические, демографические и иные факторы. Активное развитие торговых отношений по морским путям повлекло появление торговых и купеческих гильдий, они же торговые корпорации. Напряженная социально-экономическая обстановка в средневековый период послужила появлению множества различных корпораций: цеха, университеты, профессиональные корпорации.

Вопрос о природе (социальной и правовой) корпораций в настоящее время является дискуссионным. Социологический подход к пониманию корпорации предлагает рассматривать данное явление как социальную группу [10], т.е. совокупность двух и более индивидов. При этом, для любой корпора-





ции характерна некоторая множественность определенных элементов.

На наш взгляд, более правильным представляется рассматривать корпоративную множественность не столько с точки зрения количественного аспекта (устанавливать связь исключительно между множественностью и наличием количества учредительных лиц), а с точки зрения функций и статуса субъектов корпорации.

Под корпоративной множественностью [5] должна пониматься совокупность корпоративных элементов в рамках одной корпорации. Корпоративными элементами следует считать учредителей корпорации, участников корпорации (субъектный состав), движимого и недвижимого имущества, имущественные и неимущественные права (например, право на интеллектуальную собственность).

При этом под множественностью или совокупностью следует понимать не столько множественность учредителей корпорации, а множественность именно участников. Множественность необходимо рассматривать, не ограничиваясь только учредителями корпорации. Корпоративная множественность носит гетерогенный характер, что означает множественность субъектного состава, функциональную множественность, множественность имущественную, множественность нормативную. Гетерогенность корпоративной множественности также выражена в дифференциации функций корпоративного управления, так на учредителей корпорации возлагаются функции по стратегическому управлению корпорацией [13, 14].

Важным признаком корпорации является ее организационное единство. Корпоративные отношения носят длящийся характер очевидно, что в корпорации возникает достаточно высокая степень устойчивости. Организационное единство в корпорации достигается благодаря выстраиванию корпоративной иерархии, появлению органов корпоративного управления, закреплению корпоративных норм, направленных на регулирование корпоративных отношениях, в учредительных корпоративных документах, наличия общности интересов. Корпорация выступает объединением лиц, но любое объединение должно иметь в своей основе связующие компоненты. Потребностью в объединение людей в корпорацию может служить общность интересов участников корпорации. Политическая партия, как политическая корпорация, объединяет всех членов на основе общности политических интересов, которые выступают в форме политических взглядов и убеждений. Идеология [6] являются связующим элементом политической корпорации, ведь было бы абсурдным видеть в Демократической партии США республиканца и наоборот.

Важно отметить, что общности корпорации обладают разными фазовыми состояниями, в числе которых следует выделять: состояние потенциальной корпорации и состояние завершенной корпорации.

Первое фазовое состояние – состояние потенциальной корпорации включает в себя два вида корпораций: корпорацию с усеченной формализацией, и корпорацию с усеченным функционированием. Усеченная формализация означает



отсутствие у корпорации формальных признаков. Такая ситуация возникает в случае, когда корпорация находится на стадии регистрации, т.е. с момента появления корпоративного документа или совокупности корпоративных документов о создании корпорации (учредительный договор, корпоративный договор, решение о создании, протокол об учреждении и др.) до момента государственной регистрации (внесения в реестре юридических лиц). При этом, имеющиеся в законодательстве РФ правила, связанные с прямым указанием законодателя на возможность реализации отдельными корпорациями определенной деятельности до момента государственной регистрации, как и их возможность функционирования без регистрации в качестве юридического лица (например, в случае функционирования общественных объединений, согласно ст.3 Федерального закона от 19.05.1995 № 82-ФЗ «Об общественных объединениях») не противоречат данному утверждению. Деятельность таких корпорированных общностей реализуется в усеченном режиме, не позволяющем в полной мере реализовать всю полноту правовых возможностей корпорации, легализованной в качестве юридического лица.

Усеченное функционирование характерно для «потенциальных» корпораций, которые прошли процедуру государственной регистрации, но в которых функционирование в некоторой степени ограничено. Ограничение в функционировании связано в первую очередь с отсутствием корпоративной множественности субъектного состава корпорации, и как следствие, сов-

мещение функций (полномочий) учредителя и единоличного органа управления корпорации в одном лице. Такая ситуация очень характерна для юридических лиц, в которых физическое лицо выступает одновременно и одним учредителем и генеральным директором. При указанных противоречиях данное юридическое лицо в любом случае является корпорацией, но при этом пребывает в фазовом состоянии потенциальной корпорации.

Вторым фазовым состоянием корпорации является ее «завершенная» форма – общность-корпорация, в которой в полной мере реализуется свойство корпорированности с точки зрения сегрегации и статусного характера ее участников (полноправными участниками корпорации являются только те лица, которые вступили в соответствующую правовую связь с иными участниками корпорации, согласились с содержанием договора о создании корпорации, приняли в качестве обязательных для себя положения устава, при этом они приобрели статус в корпорации, позволяющий реализовывать свои права и обязанности). Участники корпорации вносят в корпорацию свой материальный вклад (членский сбор, доля в уставном капитале, приобретение акций и т.д.), а в рамках самой корпорации осуществляется внутреннее нормативное регулирование отношений между участниками корпорации (решения общего собрания участников, внутрикорпоративные соглашения и т.д.).

Таким образом, корпорация, обладая свойством корпорированности еще в фазовом состоянии «потен-



циальной корпорации» [2] в полной мере реализует её только в состоянии завершённой корпорации. Потенциальная корпоративность может сохраняться неопределённо длительное время пока участники такой потенциальной корпорации либо не сделают её завершённой, либо примут решение о прекращении деятельности корпорации, либо прекратят свою деятельность в качестве лиц, обладающих свободой воли на создание и участие в корпорации.

При любых обстоятельствах свойство корпоративности является крайне важным для общностей-корпораций, позволяющим в полной мере реализовать интересы участников такой корпорации.

Подводя итог следует отметить следующее. Значимость настоящего исследования заключается в реализации его методологической функции. Понимание и выявление существенных признаков корпораций в системе корпоративных общностей позволит с научной точки зрения зафиксировать целостную динамику развития корпоративной общности от малой социальной группы [7, 12] до устойчивой и функционирующей социетальной системы [16]. Умение выявить в зарождающейся социальной общности будущую полноценную корпорацию открывает для государства новые перспективы регулирования деятельности таких общностей, даёт возможность создания полноценной комплексной системы социально-экономических и социально-политических мер, направленных на развитие данных корпораций и, как следствие, решение посредством таких общностей вопросов общественного значения.

Активная работа с такими потенциальными корпорациями: субсидирование их деятельности, финансирование общественно-значимых проектов, реализуемых корпоративной общностью, установление отношений в форме государственно-частного партнёрства, оказывает эффективное и позитивное воздействие на деятельность таких корпоративных общностей. Это может позволить снизить государственные издержки в будущие периоды, связанные с устранением возможных деструктивных свойств новых общностей-корпораций.

#### Литература

1. Беккер В. Сообщество и общество / В. Беккер. – М.: Симпозиум, 1995. – 398 с.
2. Болдырев В.А. Корпорации и унитарные организации: о терминологии и критерии деления юридических лиц / В.А. Болдырев // Законы России : опыт, анализ, практика. – 2011. - № 8. – С. 89-93.
3. Гулин А.А. Корпорация как социальная общность: понятие, видовые отличия, основные подходы к культуре правового регулирования деятельности в различных странах мира / А.А. Гулин // Социология и право. – 2015. - № 1. – С. 89-97.
4. Доманов В.Г. Исторические формы гражданского общества / В.Г. Доманов // Философия права. - 2008. - № 6. - С. 64 – 68.
5. Дружинин Г.В. К проблеме естественно-правового измерения корпорации как форме организации человеческого общества / Г.В. Дружинин // Проблема соотношения естественного и социального в обществе и человеке. – 2018. - № 9. – С. 162 – 168.



6. Дружинин Г.В. Сравнительно-правовые аспекты концептуальных моделей коммерческих корпораций / Г.В. Дружинин // Сибирский юридический вестник. - 2018. - № 2. - С. 116-122.

7. Каганович А.А. Социальная группа как объект социально-философского анализа / А.А. Каганович // Гуманитарий: актуальные проблемы гуманитарной науки и образования. -2012. - № 1.– С. 58-61

8. Калашникова Е. М. Личность и общество (Проблема идентификации) / Е. М. Калашникова. – Пермь : Изд-во Перм. гос. ун-та, 1997. – 156 с.

9. Кириллова Е.Н. Корпорации раннего Нового времени: ремесленники и торговцы Реймса в XVI-XVIII веках. / Е.Н. Кириллова. - М.: Наука. - 2007. - 341 с.

10. Никулин А.Ю. Корпорация как социальная группа. Концепция корпоративного эгоизма/ А.Ю. Никулин // Общество и право. – 2012. - № 5. – С. 264-269.

11. Рукавишников С.М. Корпорация как правовой и социальный институт / С.М. Рукавишников: дис. ... канд. юрид. наук. М., 2005. – 165 с.

12. Савченко Д.В. Социальные группы в структуре общества: теоретические концепции и управленческие модели / Д.В. Савченко // Общество и право – 2014. - № 3. – С. 292-296.

13. Самосудов М.В. Основы корпоративной динамики / М.В. Самосудов. – Химки: Институт международных экономических отношений, 2007. – 248 с.

14. Самосудов М.В. Теория корпоративного взаимодействия как инструмент анализа в процессе корпоративного управления / М.В.

Самосудов // Управленческие науки. – 2012. - № 2. – С. 24-30.

15. Сатина И. В. Профессиональное самоопределение в пост-индустриальном обществе / И. В. Сатина, С. Ю. Макурова // Вестник Воронеж. гос. ун-та. Сер.: Философия. – 2015. – № 1. – С. 80–87.

16. Социологический словарь / отв. ред. Г.В. Осипов, Л.Н. Москвичев. М, 2014, С. 418-419.

17. Фархшатова И.А. Воспитание ученического коллектива: результаты исследования // Интернет-журнал «Мир науки» 2016, Том 4, № 2. С. 1-9.

18. Чащин Е. В. «Современные социальные общности» и их зависимость от стиля и типа мышления / Е.В. Чащин // Вестник ВГУ. Серия Философия. – 2016. - № 4. – С. 131 – 138.

19. Численкова И.Ю. Механизмы урегулирования и согласования интересов участников корпоративного управления // Государственное управление. Электронный вестник. – 2016. - № 57. – С 308 – 321.

20. Davis G., McAdam D. Corporations, Classes, and Social Movements after Managerialism / G. Davis, D. McAdam // Research in Organizational Behavior. – 2000. - № 22. – p. 193–236.

**Corporability of social communities: sociological and legal aspects**

**Tirskikh M.G., Druzhinin G.V.**

Irkutsk State University

The article provides an analysis of the properties of social communities that allow communities to be defined as corporations. For this, a conceptual base is formed for understanding such a phenomenon as a corporate community, and its attributes are determined. The purpose of scientific research is the analysis and identification of signs that contribute to corporatability.

The factors that allow the formation of a community that is a corporation are investigated



ed. The phase states of corporate communities are considered as potential corporations with truncated formalization and with truncated functioning, as well as a completed form of corporation. One of the objectives of this study is the implementation of the methodological aspect, namely, the identification and application of methodological foundations that contribute to an objective and comprehensive scientific analysis of corporations, as an object of knowledge. Understanding and identifying the essential features of corporations in the system of corporate communities will allow us, from a scientific point of view, to fix the integral dynamics of the development of a corporate community from a small social group to a stable and functioning societal system.

**Keywords:** corporation, social community, social properties of a corporation, legal properties of a corporation, corporatability.

**References**

1. Becker V. Community and Society / V. Becker. - M.: Symposium, 1995. -- 398 p.
2. Boldyrev V.A. Corporations and unitary organizations: on terminology and criteria for dividing legal entities / V.A. Boldyrev // Laws of Russia: experience, analysis, practice. - 2011. - No. 8. - S. 89-93.
3. Gulin A.A. Corporation as a social community: concept, species differences, basic approaches to the culture of legal regulation of activities in various countries of the world / A.A. Gulin // Sociology and Law. - 2015. - No. 1. - S. 89-97.
4. Domanov V.G. Historical forms of civil society / V.G. Domanov // Philosophy of Law. - 2008. - No. 6. - S. 64 - 68.
5. Druzhinin G.V. To the problem of the natural-legal dimension of a corporation as a form of organization of human society / G. Druzhinin // The problem of the ratio of natural and social in society and man. - 2018. - No. 9. - S. 162 - 168.
6. Druzhinin G.V. Comparative legal aspects of conceptual models of commercial corporations / G.V. Druzhinin // Siberian Journal of Law. - 2018. - No. 2. - S. 116-122.
7. Kaganovich A.A. Social group as an object of socio-philosophical analysis / A.A. Kaganovich // Humanities: Actual Problems of the Humanities and Education. 2012. - No. 1. - S. 58-61
8. Kalashnikova E. M. Personality and Society (Identification Problem) / E. M. Kalashnikova. - Perm: Publishing house Perm. state University, 1997. -- 156 p.
9. Kirillova E.N. Corporations of the early New Age: artisans and merchants of Reims in the XVI-XVIII centuries. / E.N. Kirillova. - M.: Science. - 2007. -- 341 p.
10. Nikulin A.Yu. Corporation as a social group. The concept of corporate egoism / A.Yu. Nikulin // Society and Law. - 2012. - No. 5. - S. 264-269.
11. Rukavishnikov S.M. Corporation as a legal and social institution / S.M. Rukavishnikov: dis. ... cand. legal sciences. M., 2005. -- 165 s.
12. Savchenko D.V. Social groups in the structure of society: theoretical concepts and managerial models / D.V. Savchenko // Society and Law - 2014. - No. 3. - S. 292-296.
13. Samosudov M.V. Fundamentals of Corporate Dynamics / M.V. Lynching. - Khimki: Institute of International Economic Relations, 2007. - 248 p.
14. Samosudov M.V. The theory of corporate interaction as an analysis tool in the process of corporate governance / M.V. Samosudov // Management Sciences. - 2012. - No. 2. - S. 24-30.
15. Satina I. V. Professional self-determination in a post-industrial society / I. V. Satina, S. Yu. Makeerova // Bulletin of Voronezh. state un-that. Ser.: Philosophy. - 2015. - No. 1. - S. 80-87.
16. Sociological dictionary / resp. ed. G.V. Osipov, L.N. Moskvichev. M, 2014, S. 418-419.
17. Farkhshatova I.A. The education of the student community: research results // Internet magazine "World of Science" 2016, Volume 4, No. 2. P. 1-9.
18. Chashchin E. V. "Modern social communities" and their dependence on the style and type of thinking / E.V. Chashchin // Bulletin of Voronezh State University. Philosophy Series. - 2016. - No. 4. - S. 131 - 138.
19. Chislenkova I.Yu. Mechanisms for the settlement and coordination of interests of participants in corporate governance // Public Administration. Electronic messenger. - 2016. - No. 57. - C 308 - 321.
20. Davis G., McAdam D. Corporations, Classes, and Social Movements after Managerialism / G. Davis, D. McAdam // Research in Organizational Behavior. - 2000. - No. 22. - p. 193-236.



## Сложности и перспективы развития нейромаркетинговых исследований

**Фарахутдинов Ш.Ф. Панова А.В.**

Статья посвящена нейромаркетинговым исследованиям и возможности их использования в социологии. Рассмотрена история возникновения таких исследований, их эвристический потенциал и задачи, решаемые на современном этапе при помощи методов нейромаркетинга. Представлены такие основные направления нейромаркетинговых исследований, как нейровизуализация, айтрекинг, полиграф, кодирование эмоций и Метаморфная модель Зальтмана (ZMET). Проанализированы основные сложности, стоящие перед нейромаркетингом, а также попытки, которые сегодня предпринимаются для их преодоления.

**Ключевые слова:** нейромаркетинг, нейровизуализация, айтрекинг, полиграф, ZMET, кодирование эмоций, маркетинговые исследования.

Изучение современных методов маркетинговых исследований с точки зрения социологии представляет большую значимость и во многом определяется характером их появления и распространения в этих науках. Несмотря на то, что предмет социологии значительно шире предмета маркетинга, а базовые исследовательские методы, используемые в этих науках, одни и те же, именно маркетинговая сфера определяет большинство современных исследовательских тенденций.

Для маркетологов принятие решений в условиях острой конкуренции – это ежедневная задача, требующая постоянного притока актуальных и научно обоснованных данных о состоянии рынка, предпочтениях потребителей. Проведение исследований в этой связи становится рутинной работой, а поиск новых методов – необходимым условием для постоянного совершенствования. С учётом высокой скорости практического внедрения результатов маркетинговых исследований и их прямого влияния на продажи эта сфера обладает колоссальными финансовыми ресурсами. Так, в 2016 году глобальный рынок маркетинговых исследований составил 44,5 млрд. долл.[22], что сопоставимо, например, с мировым рынком вооружений. Не случайно современные методы маркетинговых исследований





аккумулируют самые передовые достижения в различных отраслях: математике, биологии, медицине, IT, географии, химии и т.д.

В вузовской и академической социологической среде ситуация иная. Зачастую каждый исследовательский проект становится здесь значительным событием, а финансирование осуществляется в основном государственными или иными некоммерческими фондами. Большая часть времени проекта уделяется научной рефлексии и интерпретации результатов, что «отодвигает» методический аспект на второй план. Несмотря на это, существующая ситуация не вызывает «методический вакуум» в социологии, поскольку нужные методы всегда могут быть благополучно «экспортированы» из маркетинговой сферы, как это уже неоднократно было в истории нашей науки. Ярким примером являются фокус-группы.

В связи со сказанным задача оценки текущего состояния и перспектив такого исследовательского направления, как нейромаркетинг, представляется актуальной.

Нейромаркетинг возник относительно недавно – в конце 90-х XX в. - начале 00-х XXI в. Принято считать, что нейромаркетинг возник в стенах Гарвардского университета. Существует несколько версий, относительно авторства самого термина «нейромаркетинг». Одни исследователи указывают на сотрудников компании Retail branding AG Арндта Трайндла и Барта Оеймана. Другие упоминают профессора Университета Эразма Роттердамского - Эйла Смидса. Третьи считают, что авторство принадлежит сотрудникам Брайтхаусовского института наук о мышлении [7].

Вне зависимости от того, кто впервые использовал данный термин, началом истории нейромаркетинга можно считать один из самых известных экспериментов, проведенных Ридом Монтегю – профессором, из медицинского колледжа в Хьюстоне, который решил изучить отношение жителей города к популярным напиткам: Coca-Cola, и Pepsi. Учёный взял за основу рекламную кампанию «Pepsi Challenge», имевшую место в 1980-х. Тогда «Пепси» выясняла, что популярнее на рынке: пепси или кока-кола. В ходе этой рекламной кампании на улицах города происходило тестирование. По результатам подсчёта, пепси официально оказалось победителем, однако достоверность результата многими ставится под сомнение, поскольку инициатором эксперимента выступила именно эта компания.

Рид Монтегю решил повторить эксперимент, но на этот раз с использованием магнитно-резонансной томографии (МРТ). Исследование не носило какого-либо маркетингового характера и не финансировалось ни одной из этих компаний. Пепси и кока-кола были выбраны по причине идентичности цвета и вкуса, но принадлежности разным брендам. Также важным фактором было то, что вода и сахар (ключевые компоненты обоих напитков) считаются базовыми веществами, резонирующими с вентральным стриатумом – областью мозга, известной как «центр вознаграждения». Для эксперимента были привлечены 67 добровольцев, которым, как и в первом случае предлагалось оценить напитки в режиме слепого тестирования [22,23,24]. Иными словами





определить, какой напиток им больше нравится, заранее не зная что именно они пьют. Результаты МРТ показали что, существенных различий между напитками мозг испытуемых не зафиксировал.

На втором этапе эксперимента осуществлялось информированное тестирование: напитки подавались в стаканах с фирменными логотипами брендов Coca-Cola, и Pepsi. Результаты показали, что почти три четверти респондентов воспринимали напиток с логотипом кока-колы более позитивно. Полученные результаты показали, насколько сильное воздействие маркетинговая стратегия может оказывать влияние на формирование подсознательных установок потребителей [1].

Проведённый эксперимент дал мощный толчок развитию направленно исследований, которые получили название нейромаркетинг. Их главным преимуществом является фиксация неосознаваемых стимулов человека. Применение традиционных методов (опросы, фокус-группы и т.д.), не всегда способны в полной мере решить маркетинговые исследовательские задачи. И дело не в том, что люди пытаются обмануть. Зачастую они сами до конца не осознают, что конкретно им нравится в товаре или запомнилось в рекламном ролике. Учёные считают, что это часто связано с наличием психологических экранов, которые респонденты не в состоянии самостоятельно преодолеть.

К числу таких экранов, относятся, например, экран сознания, не позволяющий потребителям в полной мере осознавать свои истинные мотивы и установки, или экран

конформизма, который обуславливает принадлежность человека к определённой группе и формирует отношение к предмету исследования, которое не расходится с установленными нормами общества [7]. Влияя на исследовательские результаты, эти экраны практически не поддаются корректировке традиционными методами. Именно нейронауки позволяют максимально заполнить эти пробелы апеллируя к первоисточнику психической деятельности посредством функциональных откликов нейроструктур и физиологических реакций организма.

Основные задачи, которые на данный момент стоят перед исследователями сферы нейромаркетинга - аналитика любого аудиовизуального материала: рекламных роликов, билбордов, сайтов, игр, приложений, выкладки товара и т.д. Предметом исследований являются эмоции, внимание, интерес и запоминание. Менее популярными (в силу сложности реализации на практике) являются метрики воспринимаемой ценности продукта, когнитивной загрузки и желания купить продукции. Замер и анализ подобных метрик стал возможным благодаря нейрофизиологии. При помощи нейромаркетинговых исследований осуществляется оценки силы бренда, создаётся эмоциональная, запоминающаяся и вовлекающая реклама.

Сегодня всё чаще крупные исследовательские компании стали открывать нейроработатории. Появляются и отдельные компании, специализирующиеся на нейромаркетинговых исследованиях. Одним из пионеров в этой сфере стала компания NeuroFocus, которая в



2010 году была поглощена одним из лидеров в сфере маркетинговых исследований - компанией Nielsen,. Это была знаковая сделка: она показала, во-первых, что на нейромаркетинговые исследования есть спрос у крупных игроков и, во-вторых, что нейромаркетинговые исследования несут ощутимую пользу.

Нейромаркетинг использует результаты серьёзных научных работ, включая получившие две Нобелевские премии по экономике за последние 15 лет (одна из них — награда Ричарда Талера 2017 года). Количество статей по нейробиологии принятия решения с 2003 года выросло более чем в 10 раз, а в мире появилось более 200 компаний, которые предлагают нейромаркетинговые исследования [6]. Проведём краткий обзор основных методов, используемых при проведении нейромаркетинговых исследований.

**Нейровизуализация** представляет собой группу методов, позволяющих визуализировать структуру, функции и биохимические характеристики мозга. В медицине при помощи изображений мозга исследуют морфологические (анатомические) структуры, функциональные изменения (физиологические процессы, протекающие в мозге). Для этого используется сложное оборудование и специально разработанные под него методы.

В маркетинговых исследованиях наибольшее распространение получили **электроэнцефалография** и **функциональная МРТ** – разновидность МРТ (магнитно-резонансная томография). Эти методы используются для изучения

электрической активности головного мозга.

Электроэнцефалография фиксирует изменения импульсов, которые возникают в результате нейронной активности непосредственно под кожей головы. Прикрепляя электроды к головам субъектов и оценивая электрические закономерности их мозговой активности, исследователи могут отслеживать интенсивность реакции респондентов на разнообразные маркетинговые стимулы. Анализ биоэлектрической активности мозга осуществляется для оценки эмоционального воздействия, когнитивной нагрузки и вероятности запоминания стимульного материала [15].

Функциональная МРТ использует мощный магнит, чтобы отслеживать Реакцию мозгового кровотока испытуемых на аудиальные, визуальные, или вкусовые раздражители. Ключевая роль, которую маркетингологи отводят методу фМРТ, заключается в разработке нового продукта. Производители продовольственных товаров используют такие исследования для улучшения вкусовых параметров пищевого продукта. В сфере производства кинопродукции фМРТ используется для создания блокбастеров [8].

**Айтрекинг.** Методика айтрекинга ставит перед собой задачи сбора и анализа данных о движении глаз респондентов. Для этого используется специальное оборудование, называются айтрекерами, а в исследованиях используются в основном оптические версии, которые записывают движения глаз на камеру. При этом существуют разные методы фиксации: одни регистрируют положения зрачка, другие



– отражение инфракрасного света от роговицы [14].

С точки зрения форм-фактора есть носимые айтрекеры (чаще всего это очки), дистанционные или стационарные. Носимые используются для исследований среды, терминалов, мерчандайзинга, иногда для тестирования мобильных устройств. Дистанционные применяются для тестирования разнообразных цифровых продуктов. Они могут быть прикреплены к монитору или встроены в него, а также используются в рамках стендов для тестирования на смартфонах или планшетах.

Айтрекинговые маркетинговые исследования используются в самых различных целях. Тестирование рекламы позволяет осуществить посекундный анализ показателей вовлечения респондентов в рекламные ролики и выявить наиболее интересные зоны баннерного изображения. Юзабилити-тестирования (UX-исследования) и эргономическая оценка веб-страниц и программных продуктов направлены на изучение реальных сценариев работы пользователей. Предметом исследования является компоновка информации и её соответствие информационным потребностям пользователя [18].

**Полиграф.** Современные полиграфы – это высокотехнологичное оборудование, способное одновременно регистрировать изменения ряда физиологических параметров (число которых доходит до 50) в ходе беседы с испытуемым. В маркетинговых исследованиях используются датчики, регистрирующие, в основном, изменения вегетативной нервной системы: датчик тонической и фазической состав-

ляющих электрокожного сопротивления (кожно-гальваническая реакция); датчики грудного и брюшного дыхания; датчик артериального давления; датчик работы сердца (плетизмограмма); датчик двигательной активности (тремор); датчик регистрации речевого сигнала и др.

Вопросы полиграфолога являются для психики исследуемого стимулами, которые помимо активации соответствующих сегментов памяти человека, одновременно задействуют череду сопутствующих психических процессов (внимание, эмоции, установки и т.д.). Совокупность всех психических процессов в ответ на заданный вопрос (предъявленный стимул) отображается на физиологическом уровне (изменение динамики сердцебиения, артериального давления, потоотделения, дыхания, произвольных движений и т.д.). Разнообразные физиологические изменения фиксируются датчиками полиграфа, что даёт возможность косвенно судить о тех изменениях, которые произошли в психике человека в ответ на заданные вопросы. После обработки полученных данных исследователи получают три базовых параметра: эмоциональную вовлеченность респондента в просмотр; побуждение к действию (покупке); привлекательность рекламы [5].

**Кодирование эмоций.** Наибольшей способностью выражать различные эмоциональные оттенки обладает лицо человека. Именно поэтому оно и является основным объектом исследования [3].

Для анализа мимических реакций используются два метода. Первый - электромиография лица.



Он заключается в автоматическом анализе лицевых выражений при помощи электродов, размещённых на лицевых мышцах. Его основной недостаток – необходимость наличия лабораторных условий. Второй связан с использованием системы кодирования эмоциональных состояний. В основе современных методов распознавания кодирования эмоциональных состояний лежит разработанная П. Экманом и У. Фризенем Система кодирования лицевых движений (Facial Action Coding System (FACS)) [23].

Базируясь на данной системе, современные технологии и программное обеспечение позволяют автоматически оценивать микровыражения лица человека. В качестве примера можно привести «FaceReader» голландской компании Noldus. Это программное обеспечение, которое может быть как установлено на компьютере, так и использоваться онлайн через интерфейс браузера [21]. Работа с ПО не требует специальной подготовки, а единственным необходимым условием проведения исследования является наличие камеры и хорошего освещения. Сегодня на рынке существует несколько десятков производителей программного обеспечения, предлагающих подобные продукты для самых разнообразных целей. В последних моделях смартфонов они выполняют функцию идентификатора пользователя. Банки устанавливают их в банкоматах, а службы безопасности используют для сканирования людных мест [4].

**Метаморфная модель Зальтмана**, распространённая также под названием «техника извлечения метафор Зальтмана» (ZMET), до-

вольно распространена среди исследователей рынка. Суть метода сводится к извлечению из подсознания глубинных образов, и изложена в работе «Маркетинговая метафория» [24].

Техника извлечения глубинных метафор по методике ZMET предполагает ряд последовательных этапов. Сначала респондентам предлагается «домашнее задание», которое заключается в поиске нескольких изображений, которые отражают их мысли и чувства по поводу исследуемого продукта. Изображения могут быть из любого источника: журнала, газет или семейного альбома, но они не должны содержать прямых указаний на исследуемый объект. По прошествии времени проводится основная работа в виде индивидуальных клинических интервью, длительностью 1-2 часа. Характер интервью схож с сеансом психоанализа, а в его процессе у респондента раскрываются мысли и чувства о продукте, в существовании которых он ранее не отдавал себе отчёта на сознательном уровне. Именно на этом этапе происходит извлечение основных метафор респондента, связанных с исследуемым продуктом или брендом. На заключительном этапе исследования происходит объединение всех извлечённых метафор в одну большую - некоторую суперметафору. Респондент совместно со специалистом по компьютерной графике или художником создают коллаж, с помощью которого визуализируются все ключевые идеи, связанные с извлечёнными метафорами. Для этих целей используются собранные респондентом изображения [20].



Высокую эффективность метод показывает в тех случаях, когда взаимодействие потребителя с брендом, товаром или услугой не полностью лежит в рациональной плоскости. Важно отметить, что ZMET применяется не только в коммерческих, но и научных целях. В частности, он используется для изучения злоупотребления психоактивными веществами и видеоиграми, а также позволяет выявить отношение к различным социально-экономическим процессам и явлениям [17].

Несмотря на то, что рассмотренные выше методы являются самостоятельными, в реальной практике нейромаркетинговых исследований они применяются комплексно в различных комбинациях и взаимно дополняют друг друга.

Сегодня нейромаркетинг, как исследовательская область, вызывает большой интерес специалистов и представителей компаний – заказчиков исследований. Однако, несмотря на активное развитие, распространению данного направления препятствует ряд обстоятельств. Рассмотрим основные сложности, стоящие перед нейромаркетингом, а также попытки, которые сегодня предпринимаются для их преодоления.

#### **1. Оценка эффективности.**

Сложность объективной оценки эффективности нейромаркетинговых исследований – это ключевая проблема, затрудняющая вложение средств в отрасль. Большинство заказчиков таких проектов – крупные компании, ведущую маркетинговую коммуникацию по самым разным каналам и целевым аудиториям, а на их финансовые показатели влияет масса перемен-

ных. Если, например, с помощью технологий нейромаркетинга будет разработан рекламный ролик продукта, после чего продажи этого продукта вырастут, это не всегда означает, что причина в использовании нейромаркетинговых технологий. Возможно, что рост продаж связан с изначально удачным креативом, с общей динамикой рынка, с низким уровнем продаж у конкурента, с более эффективной выкладкой товара и т.д.

Данная сложность постепенно устраняется самими компаниями, успешно осуществляющими отдельные попытки оценки эффективности нейромаркетинговых исследований. Одним из наиболее распространённых является пример с Campbell's Soup – американской компанией, крупнейшим в мире производителем консервированных супов с 150-ти летней историей. Основываясь на рекомендациях, сформированных после двухлетнего цикла нейромаркетинговых исследований, был сформирован новый дизайн упаковки. Это, по словам авторов привело к ежегодному росту продаж на рынке США на 10%, с 2015 года. Другой пример приводит компания Neurofocus. В одном из их открытых кейсов представители компании показывают, как на базе своих тестирований поменяли дизайн бутылки пива, и как каждое из изменений отражалось на продажах [6].

#### **2. Стандартизированная исследовательская методология.**

Отсутствие достаточного количества примеров продуктивных исследований, затрудняют сформулировать единую методологию нейромаркетинга. Это во-многом связано с тем, что подавляющее



большинство компаний работают в условиях нераспространения данных. Дефицит инструментов стандартизации и открытости исследований приводит к тому, что каждая компания проводит исследования по своей методологии. Это тормозит развитие отрасли в целом и снижает возможность гарантировать получение адекватного результата.

Указанная проблема объективно решается параллельно с развитием и широким распространением нейромаркетинговых исследований. Сегодня клиентами нейромаркетинговых компаний стали практически все компании из списка Fortune-500, а ведущие исследовательские компании стали открывать свои нейромаркетинговые кабинеты. В этих условиях стали появляться ассоциации компаний, которые проводят нейромаркетинговые исследования. Крупнейшей из них является научно-деловая ассоциация нейромаркетинга (NeuroMarketing Science And Business Association), куда входит уже более 180 компаний со всех континентов. При участии ассоциации проводятся международные форумы и конференции для представителей профессионального сообщества. На них, в том числе, обсуждаются методологические проблемы.

**3. Обременительность для респондентов.** Условия проведения нейромаркетинговых исследований не до конца являются реалистичными. Возможно, когда на человека надет электроэнцефалограф или находясь в аппарате МРТ, он ведёт себя не так, как в повседневной жизни. Данная проблема схожа с так называемым «эффектом интервьюера», только в нашем случае барьеры, услож-

няющие взаимодействие исследователей и респондентов оказывает не интервьюер, а сложное оборудование.

С возникновения цифровой эпохи всегда существовал тренд к миниатюризации аппаратного оборудования. Данная тенденция наблюдается и в области нейрооборудования. Сегодня уже ни у кого не вызывают удивления умные часы и фитнес-браслеты, способные фиксировать ряд физиологических параметров человека, в том числе: пульс, количество пройденных шагов, фазы сна. Появляются нейрогаджеты для осознанных сновидений, электронные антидепрессанты, различные нейростимуляторы. Логично предположить, что используемые в этих устройствах технологии со временем найдут применение и в исследовательской практике, что сделает процесс изучения потребительского поведения необременительным для респондентов [16].

**4. Недоверие в обществе и научной среде.** Использование разнообразных суггестивных методик типа НЛП и эффекта «25 кадров» в рекламной деятельности наложили отразились негативным образом и на нейромаркетинге. В результате многие усматривают в нем элементы шарлатанства, метафизики, знахарства. У учёных также зачастую складывается отношение к нейромаркетологам как к непрофессионалам. Это является результатом того, что исследования обычно являются закрытыми, а в открытом доступе результаты приводятся в упрощённом виде.

Отсутствие большого интереса к нейромаркетингу со стороны учёных объясняется, среди прочего,





его коммерческой направленностью. Сегодня ситуация меняется – ряд некоммерческих организаций и компаний осуществляют просветительскую работу по укреплению «научного имиджа» нейромаркетинга. Так, фонд рекламных исследований (ARF, США), на постоянной основе приводит различные сведения о стратегиях нейромаркетинговых исследований, протестированных работающими в этой области компаниями. Этим же фондом проводятся исследования, целью которых является сравнение различных методов анализа эффективности рекламы – традиционных и нейромаркетинговых.

Другим примером популяризации нейромаркетинговых исследований является отечественный проект сетевого издания AdIndex в сотрудничестве с компанией NeuroTrend – «Нейровизор». Проект направлен на изучение восприятия зрителями телевизионной рекламы. Это ежемесячный нейромаркетинговый рейтинг актуальных рекламных роликов. Реклама демонстрируется респондентам, реакция которых замеряется с помощью ЭЭГ, айтрекера и полиграфа. В каждом исследовании участвуют не менее 30 респондентов из числа активных потребителей. В результате рекламу оценивают по четырем основным нейромаркетинговым показателям: внимание, интерес, эмоциональная вовлеченность и запоминаемость. По каждому из критериев видео сравнивается со средним значением, которое было выведено в результате исследований по всей базе роликов (более 850 видео). Результаты исследования открыты и доступны для широкой аудитории [13].

**5. Дефицит квалифицированных кадров.** На текущий момент рынок испытывает кадровый голод, а рост и развитие нейромаркетинга в мире и России невозможны без квалифицированных кадров. Проблема осложняется тем, что специалисты в области нейромаркетинга должны обладать уникальными компетенциями – совмещать маркетинговые навыки с глубокими знаниями из области биологии, медицины и психофизиологии. В ситуации, когда в роли нейромаркетолога выступает нейрофизиолог без прочных маркетинговых знаний, возможны серьезные перекосы. В плане разработки маркетинговой стратегии, продаж, упаковки продукта для потребителя, последний, скорее всего, не сможет адекватно интерпретировать полученные данные.

В вопросе подготовки квалифицированных кадров для нейромаркетинговой отрасли в последнее время наблюдаются положительные тенденции. В ведущих российских вузах успешно функционируют магистерские программы, идёт работа над созданием программ дополнительного профессионального образования и профессиональными стандартами. Желающие освоить профессию нейромаркетолога, сегодня могут поступить на магистерскую программу экономического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова или в Центр нейроэкономики и когнитивных исследований на базе факультета психологии НИУ Высшей школы экономики, где также открыта магистерская программа [1].

Студенты магистерской программы МГУ «Когнитивная экономика», обязательно проходят прак-





тику и на психологическом, и на биологическом (на кафедре высшей нервной деятельности) факультете МГУ. Принимая участие в реальных исследовательских проектах студенты работают в сотрудничестве с узкими специалистами – психофизиологом или нейрофизиологом. 1 июля 2017 года прошёл первый выпуск указанной программы [12].

По данным BCC Research, нейромаркетинговые технологии, как основной метод маркетинговых исследований, достигнет ранней зрелости к 2021 году. За это время будет определён круг компетенций нейромаркетолога, разработан и утверждён профессиональный стандарт.

**6. Этические аспекты** заслуживают особого внимания, поскольку являются фактором, вызывающим тревогу у широкой общественности. Осведомлённость о подсознательных мотивах людей открывает возможности не только для тестирования маркетинговых стимулов, но и управления потребительским поведением.

Проблема морально-этической оценки использования нейромаркетинга, разработки нормативно-правовой базы и прогнозирования возможных последствий сегодня одна из наиболее дискуссионных в рассматриваемой области. Перед исследователями, государством и широкой общественностью, в ближайшее время встанет вопрос о решении ряда задач, среди которых:

- законодательная формализация границ применения исследований с использованием методов нейромаркетинга и создание структур, осуществляющих контроль нормативов;

- организация просветительской работы, направленной на формирование понимания населением этически оправданных целей применения нейротехнологий в маркетинге

- определение границ, при которых эффективность нейромаркетинга перестанет трактоваться как научно обоснованная маркетинговая технология и станет восприниматься как механизм манипуляции потребителями и др.

Первые шаги в этом направлении делают профессиональные ассоциации. Так, с целью повышения доверия к нейромаркетинговым исследованиям, в научно-деловой ассоциации нейромаркетинга разработали свой этический кодекс. Среди прочих, в нём рассматриваются вопросы прозрачности исследований, получения согласия от респондентов, гарантии конфиденциальности и др. [19]

**7. Высокая стоимость.** Отдельные исследования в области нейромаркетинга сегодня доступны лишь для крупных компаний. Например, стоимость исследования одного респондента на магнитно-резонансном томографе, достигает 1000\$.

На сегодняшний день очевидна тенденция к снижению стоимости проведения нейромаркетинговых исследований, в том числе магнитно-резонансной томографии. Эксперты отмечают, что некоторые бизнес-школы в США уже активно используют этот инструмент в своей работе.

Подводя итог, отметим, что сегодня нейромаркетинговые исследования находятся в стадии бурного развития и обладают значительным потенциалом для того, чтобы попол-



нить исследовательский арсенал социологов. В то же время широкому их внедрению в исследовательскую практику препятствует ряд ограничений, преодоление которых, по нашему мнению, является делом ближайшего будущего.

### Литература

1. Болотов Константин. Безалкогольные напитки сражаются в мозгах потребителей [Электронный ресурс] / К. Болотов // Сайт проекта «Мембрана». - URL : <http://www.membrana.ru/particle/105>.
2. Где учиться нейромаркетингу? [Электронный ресурс] // Сайт компании «NEUROTREND». - URL : <http://neurotrend.ru/posts/336>.
3. Изотова Е. И. Социальные и когнитивные детерминанты кодирования эмоций в реальном и виртуальном пространстве [Электронный ресурс] / Е. И. Изотова // Психологические исследования. - 2015. - Т. 8, № 42. - С. 7. - URL : <http://psystudy.ru>.
4. Исследование рынка систем распознавания эмоций [Электронный ресурс] // Коллективный блог «Хабрахабр». - URL : <https://special.habrahabr.ru/kyocera/p/133686/>
5. Как работает полиграф? [Электронный ресурс] // Сайт проекта «Профайлинг с Анной Кулик». - URL : <http://anna-kulik.ru/3468>.
6. Кислов Андрей. Сигнал мозгу. Как нейромаркетинг может изменить нашу жизнь [Электронный ресурс] / А. Кислов // Русскоязычный сайт издания «Forbes». - URL : <http://www.forbes.ru/tehnologii/352423-signal-mozgu-kak-neyromarketing-mozhet-izmenit-nashu-zhizn>.
7. Красильников А. Б. Становление концепции нейромаркетинга [Текст] / А. Б. Красильников // ПСЭ. - 2015. - №1 (53). - С.179-181.
8. Марсден Пол. Место, где рождаются покупки [Электронный ресурс] / П. Марсден // Сайт проекта «Research&Trends». - URL : [https://www.research-trends.ru/investigations/investigations\\_1069.html](https://www.research-trends.ru/investigations/investigations_1069.html).
9. Медведев П.С., Фарахутдинов Ш.Ф. Метод мобильной этнографии в маркетинговых и социологических исследованиях // Социология. 2018. – №3. – С. 67-74
10. Основы социального моделирования. Учебное пособие / О.А. Полышкевич, Л.Н. Батянова, Ю.В. Борисова, Р.В. Иванов. – Иркутск. ИГУ. – 192 с.
11. Панова А.В., Фарахутдинов Ш.Ф. Методы распознавания кодирования эмоциональных состояний в прикладных исследованиях // Социология. 2018. – №4. – С. 140-146.
12. Первый выпуск дипломированных нейромаркетологов в МГУ им. М. В. Ломоносова [Электронный ресурс] // Сайт компании «NEUROTREND». - URL : <http://neurotrend.ru/posts/251>.
13. Первый нейрорейтинг ТВ-рекламы: о чем молчит мозг потребителей [Электронный ресурс] // Сетевое издание «AdIndex». - URL : <https://adindex.ru/publication/analytics/search/2017/11/1/166972.phtml>.
14. Походай Михаил. Восприятие мира: скачками и точками [Электронный ресурс] / М. Походай // Сайт НИУ «Высшая школа экономики». - URL : <https://www.hse.ru/news/communication/181116160.html>.
15. Прокудина Дарья. Электроэнцефалография – кривая мысли / Д. Прокудина [Электронный ресурс] // Сайт «НЕЙРОТЕХНОЛОГИИ.РФ». /



- URL : <http://www.neurotechnologies.ru/article?id=45>.
16. Пять нейрогаджетов, которые расширят возможности вашего мозга [Электронный ресурс] // Сетевое издание «Лайфхакер». - URL : <https://lifelifehack.ru/2017/05/22/neurogadgets/>
17. Романюха Сергей. Мета-морфная модель Зальтмана ZMET - история и суть методологии [Электронный ресурс] / С. Романюха // Информационный ресурсный центр по научной и практической психологии «ПСИ-ФАКТОР». - URL : <http://psyfactor.org/lib/zmet.htm>.
18. Спрогис Наталия. Айттрекинг в UX-исследованиях [Электронный ресурс] / Н. Спрогис // Коллективный блог «Хабрахабр». - URL : <https://habrahabr.ru/company/mailru/blog/322324/>
19. Чернова М. А. Нейромаркетинг: к вопросу об этической составляющей [Текст] / М. А. Чернова, О. Е. Клепиков // Национальный психологический журнал. - 2012. - № 1. - С.139-142.
20. About ZMET Zaltman interview (rus) (видеозапись: интервью). [Электронный ресурс] // Видеохостинг YouTube. - URL : <https://www.youtube.com/watch?v=k7BSFWvLELI>.
21. Free white paper on FaceReader methodology [Electronic resource] // Сайт компании «Noldus». - URL : <http://www.noldus.com/human-behavior-research/products/faceReader>.
22. Global revenue of market research from 2008 to 2016 (in billion U.S. dollars) [resource] - URL : <https://www.statista.com/statistics/242477/global-revenue-of-market-research-companies/>
23. P. Ekman and W. Friesen. Facial Action Coding System: A Technique for the Measurement of Facial Movement. Consulting Psychologists Press, Palo Alto, 1978.
24. Zaltman Gerald. Marketing Metaphoria: What Deep Metaphors Reveal About the Minds of Consumers [Electronic resource] / G. Zaltman, L. Zaltman. - Harvard Business School Press, 2008 – 272 p.
25. Киселев В.М., Савинков С.В., Козлов В.Н., Иванов А.В., Федорова А.В. Научометрический подход к оценке графических решений визуальных коммуникаций в корпоративном брендинге // В сборнике: XX Международная научно-методическая конференция заведующих кафедрами маркетинга, рекламы, связей с общественностью, дизайна и смежных направлений : сборник материалов. Ассоциация Коммуникативных Агентств России. 2016. С. 323-329.
26. Киселев В.М., Савинков С.В., Иванов А.В., Федорова А.В., Терентьев В.А., Соколов М.Д. Оценка эффективности и конкурентных преимуществ графических решений визуальных коммуникаций // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. 2016. № 3 (87). С. 106-113.

#### Difficulties and development prospects of neuromarketing research

Farakhutdinov Sh.F. Panova A.V.

Tyumen Industrial University

The article is devoted to neuromarketing studies and the possibility of their use in sociology. The history of such studies, their heuristic potential and problems, solving at the present stage of neuromarketing methods using are considered. The following main directions of neuromarketing studies such as neuroimaging, eye tracking, polygraph, coding of emotions and Metamorphic model of Zaltman (ZMET) are presented. The main difficulties facing neuromarketing, as



well as the attempts that are being made to overcome them, are analyzed.

**Keywords:** neuromarketing, neuroimaging, eye tracking, polygraph, ZMET, coding of emotions, marketing research.

**References**

1. Bolotov Konstantin. Non-alcoholic drinks fight in the brains of consumers [Electronic resource] / K. Bolotov // Site of the "Membrane" project. - URL: <http://www.membrana.ru/particle/105>.
2. Where to study neuromarketing? [Electronic resource] // Website of the company "NEUROTREND". - URL: <http://neurotrend.ru/posts/336>.
3. Izotova E. I. Social and cognitive determinants of coding emotions in real and virtual space [Electronic resource] / E. I. Izotova // Psychological research. - 2015. - T. 8, No. 42. - S. 7. - URL: <http://psystudy.ru>.
4. Market research of recognition systems of emotions [Electronic resource] // Collective blog "Habrahabr". - URL: <https://special.habrahabr.ru/kyocera/p/133686>
5. How does a polygraph work? [Electronic resource] // Website of the project "Profiling with Anna Kulik". - URL: <http://anna-kulik.ru/3468>.
6. Kislov Andrey. Signal to the brain. How neuromarketing can change our lives [Electronic resource] / A. Kislov // Russian-language website of the Forbes publication. - URL: <http://www.forbes.ru/tehnologii/352423-signal-mozgu-kak-neyromarketing-mozhet-izmenit-nashu-zhizn>.
7. Krasilnikov A. B. Formation of the concept of neuromarketing [Text] / A. B. Krasilnikov // PSE. 2015. No1 (53). S.179-181.
8. Marsden Paul. The place where purchases are born [Electronic resource] / P. Marsden // Website of the Research & Trends project. - URL: <https://www.r-trends.ru/investigations/investigat>
9. Medvedev P.S., Farakhutdinov Sh.F. The method of mobile ethnography in marketing and sociological research // Sociology. 2018. - No. 3. - S. 67-74
10. Basics of social modeling. Textbook / O.A. Polyushkevich, L.N. Batyanova, Yu.V. Borisova, R.V. Ivanov. - Irkutsk. ISU. - 192 p.
11. Panova A.V., Farakhutdinov Sh.F. Recognition methods for coding emotional states in applied research // Sociology. 2018. - No. 4. - S. 140-146.
12. The first graduation of certified neuromarketers at Moscow State University. MV Lomonosov [Electronic resource] // Website of the NEUROTREND company. - URL: <http://neurotrend.ru/posts/251>.
13. The first neural rating of TV advertising: what the consumers brain is silent about [Electronic resource] // Network publication "Adindex". - URL: <https://adindex.ru/publication/analytics/search/2017/11/1/166972.phtml>.
14. Walk around Michael. Perception of the world: jumps and dots [Electronic resource] / M. Walk around // Website of the Higher School of Economics NRU. - URL: <https://www.hse.ru/news/communication/181116160.html>.
15. Prokudin Daria. Electroencephalography - a curve of thought / D. Prokudina [Electronic resource] // Website "NEUROTECHNOLOGIES.RF". / URL: <http://www.neurotechnologies.ru/articles?id>
16. Five neurogadgets that will expand the capabilities of your brain [Electronic resource] // Network publication "Lifehacker". - URL: <https://lifehacker.ru/2017/05/22/neurogadgets/>
17. Romanyukha Sergey. Saltman's metamorphic model ZMET history and essence of methodology [Electronic resource] / S. Romanyukha // Information Resource Center for Scientific and Practical Psychology "PSI-FACTOR". - URL: <http://psyfactor.org/lib/zmet.htm>.
18. Sprogis Natalia. Aitracking in UX-research [Electronic resource] / N. Sprogis // Collective blog "Habrahabr". - URL: <https://habrahabr.ru/company/mailru/blog/322>
19. Chernova M. A. Neuromarketing: on the issue of the ethical component [Text] / M. A. Chernova, O. E. Klepikov // National Psychological Journal. 2012. No. 1. S.139-142.
20. About ZMET Zaltman interview (rus) (video: interview). [Electronic resource] // YouTube video hosting. - URL: <https://www.youtube.com/watch?v=k7BS>
21. Free white paper on FaceReader methodology [Electronic resource] // Website of the Noldus company. - URL: <http://www.noldus.com/human-behavior-research/products/facereader>.
22. Global revenue of market research from 2008 to 2016 (in billion US dollars) [Electronic resource] - URL: <https://www.statista.com/statistics/242477/global-revenue-of-market-research-companies/>
23. P. Ekman and W. Friesen. Facial Action Coding System: A Technique for the Measurement of Facial Movement. Consulting Psychologists Press, Palo Alto, 1978.
24. Zaltman Gerald. Marketing Metaphoria: What Deep Metaphors Reveal About the Minds of Consumers [Electronic resource] / G. Zaltman, L. Zaltman. - Harvard Business School Press, 2008 - 272 p.
25. Kiselev V.M., Savinkov S.V., Kozlov V.N., Ivanov A.V., Fedorova A.V. Scientometric approach to the assessment of graphic solutions for visual communications in corporate branding // In collection: XX International Scientific and Methodological Conference of the Heads of the Departments of Marketing, Advertising, Public Relations, Design and Related Areas: a collection of materials. Association of Communicative Agencies of Russia. 2016.S. 323-329.
26. Kiselev V.M., Savinkov S.V., Ivanov A.V., Fedorova A.V., Terentyev V.A., Sokolov M.D. Evaluation of the effectiveness and competitive advantages of graphic solutions for visual communications // Bulletin of the Russian University of Economics G.V. Plekhanov. 2016. No. 3 (87). S. 106-113.



## Воздействие качества жизни российского населения на его ценностную структуру

**Аверин Ю.П.**

На основе эмпирических данных социологического исследования, проведенных в апреле и мае 2019 года, в статье анализируется структура ценностей взрослого населения России и характер влияния на их формирование социально-экономических и ощущаемых параметров качества жизни. Исследования финансировались Российским фондом фундаментальных исследований<sup>1</sup>.

В статье с использованием факторного анализа выявлена типологическая структура ценностей взрослого населения России. Показано, что она остается преимущественно «материалистической» (по Р. Инглхарту), наиболее значимой является ценность патриотизма, причем он имеет двоякую природу – деятельный патриотизм и воинственный патриотизм, каждый из которых выражает разное понимание любви к Родине. Сохраняется высокая значимость семьи и материального достатка. Роль «постматериалистических» ценностей является незначительной. Рассматривается современное экономическое и политическое положение России, в условиях которого формируется данная структура ценностей населения.

**Ключевые слова:** структура ценностей, социально-экономические и ощущаемые составляющие качества жизни.

**Ведение.** Анализ влияния качества жизни на структуру ценностей населения России является в настоящее время актуальным в связи с существенными изменениями, качества жизни населения России в последние 5 лет, начиная с 2014 года. В конце 2014 Россия вошла в новый экономический кризис. Рост заработной платы и пенсий практически прекратился. Дифференциация населения по уровню доходов в XXI веке очень высокая. К 2007 году она достигла максимума, и в последующие годы начала незначительно снижаться, а в 2014 году снова начала увеличиваться [3]. В первом квартале 2019 года сумма денежных доходов 10% наиболее и наименее обеспеченного населения различалась примерно 13,9 раза [2]. В настоящее время бедных в России насчитывается около 20 млн. чел. [10]. Государство прилагает усилия по уменьшению уровня бедности среди российского населения. Планируется снизить уровень бедности к 2024 году в 2 раза [12]. В марте 2019 года номинальная начисленная заработная плата составила 46,3 тыс. руб. По сравнению с 2017 года она выросла примерно в 1,2 раза [9]. Минимальный уровень оплаты труда (МРОТ) доведен до прожиточного минимума, это 11 280 руб-

<sup>1</sup> Грант на реализацию научного проекта №19-011-00548 «Влияние качества жизни на формирование ценностной структуры населения России». Конкурс А



лей [11]. Годовая инфляция в России снизилась до уровня менее 5%» [14].

Тем не менее «в начале 2019 года реальные доходы резко ушли в минус — по итогам первого квартала показатель сократился на 2,3%, сообщил Росстат» [8]. Таким образом, состояние социально-экономических составляющих качества жизни начинает ухудшаться. Среди населения России начинает преобладать ощущение кризиса. По результатам опроса холдинга «Ромир» «более половины респондентов (51%) считают, что в данный момент наша страна находится в состоянии кризиса.....общее число наших соотечественников, признающих наличие экономических проблем, выросло немного - с 86% в конце 2017 года до 89% в 2019 году. Однако градус тревожности по поводу состояния экономики в стране значительно повысился» [5]. В связи с этим возникают ряд вопросов: во-первых, каким образом ухудшение состояния социально-экономических параметров качества жизни населения России повлияло на ощущаемое им качество жизни; во-вторых, как состояние социально-экономического и ощущаемого качества жизни повлияло на формирование ценностной структуры российского населения. Результаты проведенного социологического исследования позволяют ответить на эти вопросы и раскрыть социальный механизм влияния качества жизни на состояние структуры ценностей российского населения.

**Методология.** Для того, чтобы раскрыть социальный механизм влияния качества жизни на состояние структуры ценностей россий-

ского населения необходимо определить теоретическое понимание их структуры.

Ценности как социальное явление исследовалось многими западными и российскими учеными. **Т. Парсонс** рассматривает ценности как элемент символической системы, который служит определенным ориентиром при выборе альтернативных направлений в какой-либо ситуации [18. С. 12]. Клайд Клакхон определил ценность как «осознанное или неосознанное, характерное для индивида или для группы индивидов представление о желаемом, которое определяет выбор целей (индивидуальных или групповых) с учетом возможных средств и способов действия» [17. Р. 395]. Данные подходы выражают общее понимание ценностей как основы жизнедеятельности людей, выбора ими желаемой направленности действий.

Для выделения тех ценностей индивида, которые имеют функциональную связь с состоянием его качества жизни, обратимся к подходам тех ученых, которые рассматривали ценности на инструментальном уровне. Одним из таких ученых является Милтон Рокич. «Ценность — устойчивое убеждение, что специфичный вид поведения или конечная цель существования является лично или социально более предпочтительной, чем противоположный или обратный вид поведения или конечная цель существования. Система ценностей — устойчивая организация убеждений, касающихся предпочтительных моделей поведения или итоговых состояний в континууме относительной важности» [19. С. 3]. М. Рокич определял ценности





в их иерархическом отношении, как структуру, в которой отдельные ценности имеют различную интенсивность. Он рассматривает ценность как элемент социального сознания и самосознания. Они выражают коллективную идентичность и являются специфическими для конкретной социальной группы. Применительно к обществу их структура может служить отличительным признаком состояния общества с точки зрения предпочитаемых им конечных целей существования.

М. Рокич выделяет два класса ценностей - терминальные и инструментальные. Терминальные ценности выражают предпочитаемые конечные цели существования. Среди них есть интраперсональные, которые ориентированы на личность и интерперсональные, которые ориентированы на группу и на межличностные отношения. Инструментальные ценности характеризуют идеальные способы поведения и компетенции. Методика М. Рокича основана на ранжировании терминальных и инструментальных ценностей (по 18 ценностей в каждой группе). Для выделения ценностей с точки зрения их функциональных связи с качеством жизни следует обратиться к интраперсональным ценностям, так как они ориентированы на личность, выражают предпочитаемые конечные цели её существования.

Опираясь на теорию М. Рокича, Шалом Шварц расширил понимание ценностей и предложил свою классификацию [13]. По его мнению, с одной стороны, ценности можно рассматривать на социальном уровне, как определенные нормативные идеалы, а с другой на

индивидуальном уровне, как приоритеты конкретных индивидов. Ш. Шварц выделяет десять ценностей, соответствующих основным целям индивида. Содержательно они во многом пересекаются с ценностями, предложенными М. Рокичем. При этом Ш. Шварц, с одной стороны, сужает классификацию ценностей, с другой стороны, добавляет в неё свои ценности, исходя из их мотивационной природы. Для исследования нашей проблемы, прежде всего, важно выделить такую добавленную им ценность как безопасность.

Использование для эмпирического исследования системы ценностей, предложенных М. Рокичем и Ш. Шварцем, связано с несколькими проблемами. Во-первых, в своих работах они не раскрывают операционального содержания исследуемых ценностей, ограничиваясь их использованием в виде общих концептуальных понятий. В таком виде это затрудняет измерение состояния ценностной структуры, так как индивиды могут толковать эти понятия субъективно и неоднозначно, что снижает достоверность исследования. Во-вторых, нельзя признать классификации, предложенные М. Рокичем и Ш. Шварцем полными. В ней в явном виде отсутствуют такие личностные ценности как любовь к Родине и стабильность. Тем не менее, их классификации позволяют выделить те ценности, которые имеют функциональную связь с качеством жизни. В систему ценностей, функциональная связь которых с качеством жизни анализировалась в нашем исследовании, были включены следующие ценности: счастливая семейная жизнь, гедонизм,





познание, творчество, материально обеспеченная жизнь, долгая жизнь, безопасность, свобода, любовь к Родине, стабильность.

Однако в системе ценностей, предложенной М. Рокичем и Ш. Шварцем не дается понимание их типологической структуры, которая позволила бы описать тип общества, которому присуща та или иная структура ценностей и определить характер влияния качества жизни на состояние данной структуры. Для решения данной задачи целесообразно рассмотреть концепцию политической культуры, предложенную Р. Инглхартом, содержание которой он связал с процессом модернизации. «Модернизация – это не финальный этап истории, становление передового общества ведет ещё к одному совершенно особому сдвигу в базовых ценностях – когда уменьшается значение характерной для индустриального общества инструментальной рациональности. Преобладающим становятся ценности постмодерна, неся с собой ряд разнообразных социетальных перемен, от равноправия женщин до демократических институтов и упадка государственно-социалистических режимов» [4]. Р. Инглхартом проводится различия между «материалистами» и «постматериалистами» в зависимости от их ориентации на определенные ценности. Для материалистов – это преимущественно экономическое благополучие, семья, безопасность. Они больше ценят уровень жизни, порядок, законность. Для постматериалистов – это преимущественно личностная независимость, права и свободы человека, экология, и они больше ценят каче-

ство жизни, политическое участие. При этом существуют промежуточные социальные группы, которым присущи и те, и другие ценности, но в разной степени. Переход от материалистических ценностей к постматериалистическим будет происходить по мере смены поколений. В значительной степени это произошло в Западной Европе и Северной Америке [15] и начинает происходить в Восточной Европе [16].

Таким образом, в своем подходе Р. Инглхарт связал процесс формирования ценностей с процессом модернизации, который приводит к сдвигу в базовых ценностях, к изменению их структуры, которая, в свою очередь, меняет восприятие качества жизни. Однако правомерно сказать, что процесс модернизации не непосредственно влияет на формирование базовых ценностей, а через его результаты. Одним из таких результатов является изменение качества жизни людей в модернизированном обществе, в т.ч. на индивидуальном уровне. И уже новое качество жизни приводит к сдвигу в базовых ценностях. Так, появление сети Интернет, привело к изменению качества жизни людей и это изменило значимость информационной свободы. Об этом свидетельствуют массовые протесты в российском обществе против изоляции Рунета [6]. Таким образом, при исследовании влияния качества жизни на формирование ценностной структуры российского населения необходимо, во-первых, выделить такую систему ценностей среди предложенных М. Рокичем и Ш. Шварцем, которая позволила бы описать типологическое состояние общества (по Р. Инглхарту). Во-



вторых, выделить такие составляющие качества жизни, состояние которых воздействовало бы на состояние структуры ценностей населения.

При этом нельзя согласиться с пониманием Р. Инглхарта сдвига в базовых ценностях в процессе модернизации. Данное понимание имеет политическую окраску. Так, он противопоставляет постматериалистические ценности - личностную независимость, права и свободы человека, которые выходят на передний план в процессе модернизации общества, ценностям семьи и безопасности. На наш взгляд, такое противопоставление постматериалистических ценностей, которые по существу являются инструментальными, терминальным ценностям вряд ли правомерно. Вряд ли инструментальные ценности, ибо цели-средства существуют для того, чтобы достичь фундаментальных целей существования общества и личности. При определенных общественных условиях цели-средства могут приобрести большую значимость по отношению к фундаментальным целям из-за необходимости обеспечить возможность их достижения. Но заменить их они не смогут. В процессе модернизации постматериалистические ценности будут выступать новыми средствами, позволяющими воплощать терминальные ценности в новых условиях существования общества. Результаты многих наших исследований показывают, что семья и безопасность в российском обществе в процессе его модернизации не замещаются ценностями личной независимости, прав и свобод человека, а продолжают существо-

вать вместе с ними, занимая более высокое место в иерархии ценностей личности [1].

Эмпирический анализ структуры ценностей на основе рассмотренных подходов позволит определить, на каком этапе развития находится российское общество, как в нём протекает процесс модернизации, и какое влияние на этот процесс оказывает качество жизни российского населения. Для решения данной задачи рассмотрим теоретические подходы к пониманию качества жизни.

В настоящее время при исследовании качества жизни используются различные концептуальные подходы. Среди них с точки зрения теоретической и методической разработанности следует выделить несколько таких подходов – социально-экономический, структурно-функциональный и концепцию «ощущаемого» качества жизни. Развитие социально-экономического подхода к пониманию качества жизни населения получило в ряде работ. В них оно понимается как интегрированная характеристика уровня и условий жизни населения [7. С. 639]. Оно включает в себя совокупность параметров жизнедеятельности человека, обеспечивающих ту или иную степень удовлетворения его материальных и духовных потребностей и интересов с точки зрения соответствия существующим общественным нормам условий труда и отдыха, жилищных условий, социальной обеспеченности, среды обитания и т.д. Качество жизни выражается в количестве и качестве потребляемых человеком благ и услуг.

Однако социально-экономический подход имеет свои



ограничения в объяснении состояния качества жизни, так как для её оценки используются только объективные показатели, характеризующие экономическое и социальное положение индивида. Качество жизни тем выше, чем больше количество и выше качество потребляемых индивидом материальных и духовных благ. При социально-экономическом понимании качества жизни оно определяется как удовлетворение потребностей индивида. При этом социальная роль индивида не рассматривается. В то же время состояние объективных показателей, характеризующих экономическое и социальное положение индивида, не однозначно связано с его удовлетворенностью жизнью, они не могут в полной мере объяснить восприятие качества жизни. В них не учитывается характер стремлений, ожиданий и личных потребностей людей. Социально-психологический анализ свидетельствует о том, что качество жизни индивида таково, каким он его воспринимает и ощущает с точки зрения выполнения своей социальной роли.

Характер стремлений, ожиданий и личных потребностей людей учитывается в рамках концепции «ощущаемого» качества жизни. Причем она опирается на концепцию структурного функционализма для определения общего критерия оценки качества жизни. Концепция «ощущаемого» качества жизни рассматривает его как субъективное состояние индивида, являющееся результатом существующих условий для удовлетворения его потребностей. Качество жизни индивида таково, в какой мере ощущаемые им физические, интеллек-

туальные, эмоциональные и волевые возможности позволяют ему трудиться и общаться, т.е. не препятствуют выполнению социальной роли. При этом восприятие таких возможностей определяется с точки зрения самого индивида, т.е. субъективно. Качество жизни тем выше, чем большими возможностями обладает индивид для выполнения своей социальной роли.

Одним из подходов в рамках концепции ощущаемого качества жизни является подход, предложенный J.E.Ware [20]. Методологическим достоинством его является то, что он, во-первых, раскрывает понятие качества жизни через ряд частных понятий, характеризующих совокупность возможностей индивида для выполнения своей социальной роли; во-вторых, он дает эмпирическое толкование этим понятиям. Они представляют собой систему концептуальных понятий, позволяющих на теоретическом уровне описать свойства, характеризующие состояние ощущаемого качества жизни. Это - физическая активность, роль физических проблем в ограничении жизнедеятельности, состояние психического здоровья, роль эмоциональных проблем в ограничении жизнедеятельности, объем субъективных болевых ощущений, общее состояние здоровья, жизнеспособность, социальная активность и изменение самочувствия.

Достоинства концепции ощущаемого качества жизни следующие. Её использование для теоретического построения социологического исследования позволяет получить: во-первых, результирующую оценку восприятия индивидом своего качества жизни, так как эта оценка явля-



ется обобщающей, «вбирает в себя» объективные условия жизнедеятельности человека и его восприятие этих условий; во-вторых, индивидуализированную оценку восприятия качества жизни для различных социальных групп общества (социально-демографических, территориальных и др.). Именно восприятие своего качества жизни на индивидуальном и групповом уровне обуславливает формирование ценностной структуры населения.

Однако оценка на основе концепции ощущаемого качества жизни имеет свои ограничения. Оценка ощущаемого качества жизни не позволяет определить состояние объективных параметров жизнедеятельности индивида, обуславливающих его ощущение, и, следовательно, не дает возможности управлять состоянием этих параметров, влиять на изменение качества жизни людей. Соединения социально-экономической концепции и концепции ощущаемого качества жизни в рамках единой концептуальной модели позволяет использовать достоинства и устранить ограничения каждой из двух концепций.

Объединение ощущения и объективных параметров качества жизни в рамках единой концептуальной модели социологического исследования позволяет выявить те состояния объективных параметров качества жизни, которые вызывают у индивидов «болезненные ощущения». Достоинством интегральной концептуальной модели социологического исследования качества жизни является то, что в ней объединяются объективные компоненты качества жизни, рассматриваемые в рамках социально-экономической концепции, с его ролевым субъективным наполнением, присутствующим в рамках концепции ощущаемого качества жизни.

Понятия концептуальной модели исследования, которая была построена в нашем исследовании на основе интегрального подхода, представлены в Таблице 1. Данные понятия были операционализированы и получили инструментальное выражение в виде индикаторов, на основе которых была построена анкета.

Таблица 1

Концептуальная модель исследования влияния качества жизни российского населения на его ценностную структуру

| Параметры качества жизни                                   | Ценности                       |
|--|--------------------------------|
| Физическая активность                                      | Безопасность                   |
| Роль физических проблем в ограничении жизнедеятельности    | Гедонизм                       |
| Состояние психического здоровья                            | Долгая жизнь                   |
| Роль эмоциональных проблем в ограничении жизнедеятельности | Любовь к Родине                |
| Объем субъективных болевых ощущений                        | Материально обеспеченная жизнь |
| Общее состояние здоровья                                   | Познание                       |
| Жизнеспособность   | Свобода                        |
| Социальная активность                                      | Стабильность                   |
| Изменение самочувствия                                     | Счастливая семейная жизнь      |
|  | Творчество                     |



**Результаты и дискуссия.** Для изучения структуры влияния качества жизни российского населения на его структуру ценностей проведен анкетный квартирный опрос взрослого населения России в апреле-мае 2019г. Выборка: территориальная, гнездовая, квотная (по полу, возрасту). Численность выборочной совокупности составила 1803 человека в 22 субъектах Российской Федерации (49% - в центральных городах, 28% в районных городах, 23% в сельских населенных пунктах), что обеспечило представительность результатов исследования к населению России в возрасте от 18 лет и старше по полу, возрасту, образованию, территориальному расселению с погрешностью  $\pm 4\%$ . В анкете использовались четыре блока вопросов в их инструментальном выражении. Первый блок состоял из вопросов, относящихся к оценке ценностей; второй блок - из вопросов, относящихся к параметрам ощущаемого качества жизни; третий блок - из вопросов, относящихся к параметрам социально-экономического качества жизни; четвертый блок - из вопросов, относящихся к социально-демографическому, социально-образовательному и социально-территориальному положению населения России. Исследования финансировались Российским фондом фундаментальных исследований<sup>2</sup>.

Результаты эмпирического исследования позволили определить структуры ценностей населения

<sup>2</sup> Грант на реализацию научного проекта №19-011-00548 «Влияние качества жизни на формирование ценностной структуры населения России». Конкурс А

России, состояние социально-экономических параметров и параметров ощущаемого качества жизни, характер их влияния на данную структуру.

#### **Ценностная структура населения России**

Для того, чтобы ответить на вопрос о том, каким образом влияет качество жизни населения России на его ценностную структуру, необходимо определить её состояние. Для этого проведен факторный анализ. Он позволил выявить латентные переменные, которые описывают типологическую структуру ценностей российского населения и вес каждого из её типов. Факторная модель, описывающая эту структуру, состоит из семи компонент.

**Наибольший вес** в этой структуре имеет **деятельный патриотизм**. Он включает несколько противоположных по-своему смысловом содержанию состояний сознания индивидов. Это следующие положительные состояния: быть в России независимо от того, как бы в ней не жилось ( $K_{Cn}=+0,829$ )<sup>3</sup>; готовность не покидать Россию и добиваться того, чтобы россияне имели достойный заработок и высокий уровень жизни ( $K_{Cn}=+0,756$ ); готовность защищать Россию с оружием в руках, если на неё будет совершено нападение ( $K_{Cn}=+0,657$ ); любить и укреплять Родину ( $K_{Cn}=+0,361$ ); готовность защищать Родину от внешних врагов ( $K_{Cn}=+0,314$ ); готовность защищать Родину от тех, кто разрушает её изнутри ( $K_{Cn}=+0,314$ ). Им противостоят следующие отрицательные состояния: готовность по-

<sup>3</sup> $K_{Cn}$  – коэффициент корреляции Спирмэна.



кинуть Россию и жить в любой стране, лишь бы иметь достойный заработок и высокий уровень жизни (КСП=-0,834); готовность покинуть Россию, если на неё будет совершено нападение (КСП=-0,799); следовать принципу «брать от жизни всё, получать от неё как можно больше удовольствий» (КСП=-0,259). Значимость деятельного патриотизма во многом зависит от возраста (КСП=0,301). Чем старше возраст индивиды, тем выше для них ценность деятельного патриотизма, связь с Россией. Наоборот, для молодежи такая связь менее значима. Глобализация предоставляет им возможность реализовать себя в разных странах и Россия лишь одна из таких стран.

**На втором месте** по своему весу находится **воинственный патриотизм**. Он включает следующие положительные по своему смысловому содержанию состояния сознания индивидов: готовность защищать Родину от тех, кто разрушает её изнутри (КСП=+0,843); готовность защищать Родину от внешних врагов (КСП=+0,823); любить и укреплять Родину (КСП=+0,691); чувствовать себя свободным в своей стране (КСП=+0,371); жить в стабильном государстве (КСП=+0,364); готовность защищать Россию с оружием в руках, если на неё будет совершено нападение (КСП=+0,272); готовность постигать духовное наследие предшествующих поколений (КСП=+0,228). Значимость воинственного патриотизма характерна для индивидов независимо от их дохода и возраста.

Различие между деятельным и воинствующим патриотизмом состоит в том, что в деятельном патрио-

тизме наибольшее значение имеет бескорыстная любовь к России, но не пассивная, а активная, направленная как на защиту её от нападения от внешних врагов, так и на работу по достижению достойного заработка и высокого уровня жизни. При этом, стремление к свободе, постижению духовного наследия предшествующих поколений и стабильности не имеет особой значимости в смысловом содержании данного типа ценностей. В смысловом содержании воинствующего патриотизма определяющую значимость имеет борьба с врагами – внешними и внутренними. Именно с этим связано понимание любви к Родине, обеспечение свободы в своей стране и жизни в стабильном государстве. При этом активная составляющая - готовность защищать Родину от внешних врагов и добиваться того, чтобы россияне имели достойный заработок и высокий уровень жизни - выражена намного слабее по сравнению с деятельным патриотизмом. Определяющая роль воинственной составляющей в любви к Родине обусловлена внешним и внутренним положением России в настоящее время. Финансовые и политические санкции со стороны стран Западной Европы и США, воинственная риторика политиков этих стран, поддерживаемая внесистемной оппозицией, окружение границ России военными базами НАТО ощущается населением России как угроза её существованию. Все это формирует у него повышенную значимость того типа поведения, которые выражают стремление защитить Россию от внешних и внутренних врагов.

**На третьем месте** по своему весу находится **гедонизм**. Он вклю-





чает следующие положительные по своему смысловому содержанию цели индивида: комфортно жить, ни в чём себе не отказывая (КСп=+0,842); достижение материального достатка (КСп=+0,809); следовать принципу: «брать от жизни всё, получать от неё как можно больше удовольствий» (КСп=+0,616); реализация своих творческих способностей (КСп=+0,212). Значимость гедонизма во многом зависит от возраста (КСп=+0,278). Чем моложе индивиды, тем выше для них ценность гедонизма. Эти молодые люди стремятся испытать как можно больше удовольствий в ущерб другим ценностям.

**На четвертом месте** по своему весу находится ценность **семьи**. Она включает следующие положительные по своему смысловому содержанию цели: создание крепкой дружной семьи (КСп=+0,843); уверенность в будущем благополучии своих детей (КСп=+0,803); крепкое здоровье, прожить как можно дольше (КСп=+0,212); готовность защищать Россию с оружием в руках, если на неё будет совершено нападение (КСп=+0,181); жить в стабильном государстве (КСп=+0,156). Ценность семьи характерна для людей независимо от их дохода и возраста. Для данного типа ценностей значимость семьи являются преобладающей по отношению к здоровью, стабильному государству, готовности защищать Россию с оружием в руках, если на неё будет совершено нападение, которые являются средством, обеспечивающим возможности для создания крепкой дружной семьи, уверенность в будущем благополучии своих детей.

**На пятом месте** по своему весу находится ценность **творчества**. Она включает следующие положительные по своему смысловому содержанию цели индивида: реализация своих творческих способностей (КСп=+0,832); постижение духовного наследия предшествующих поколений (КСп=+0,823); следовать принципу: «брать от жизни всё, получать от неё как можно больше удовольствий» (КСп=+0,208); чувствовать себя свободным в своей стране (КСп=+0,201). Ценность творчества характерна для индивидов независимо от их дохода и возраста. Для данного типа ценностей значимость реализация своих творческих способностей, постижение духовного наследия предшествующих поколений являются преобладающими по отношению к свободе в своей стране, которая не сильно определяет достижение для индивидов данных целей.

**На шестом месте** по своему весу находится ценность **долгой жизни**. Она включает следующие положительные по своему смысловому содержанию цели: крепкое здоровье, прожить как можно дольше (КСп=+0,855); жить в стабильном государстве (КСп=+0,611). Значимость долгой жизни для людей зависит от их возраста (КСп=+0,207). Чем старше возраст, тем выше значимость долгой жизни. Причем такая связь характерна для людей независимо от их дохода. Жить долго хочется всем, но молодежь в силу своего возраста придает меньшую значимость долгой жизни, так как впереди у неё еще много лет.

**На седьмом месте** по своему весу находится ценность **свободы**.





Она включает несколько противоположных по своему смысловому содержанию состояний. Это следующие положительные состояния: чувствовать себя свободным в своей стране (КСП=+0,769); жить в стабильном государстве (КСП=+0,311); достижение материального достатка (КСП=+0,297). Им противостоит следующее отрицательное состояние: следовать принципу: «брать от жизни всё, получать от неё как можно больше удовольствий» (КСП=-0,376). Ценность свободы характерна для индивидов независимо от их дохода и возраста. Для данного типа ценностей значимость свободы являются преобладающими по отношению к стабильности государства, материальному достатку и противостоит материальным удовольствиям.

Это, во многом, значимость свободы самой по себе, как духовной сущности.

#### Состояние ощущаемого качества жизни населения России

Для того чтобы определить, в какой мере отсутствия перехода населения России от материалистических ценностей к постматериалистическим зависит от качества жизни, рассмотрим состояние её отдельных составляющих.

В Таблице 2 (см. на следующей странице) приведены значения 8 параметров ощущаемого качества жизни российского населения в 2002, 2008 и 2012 годах, а также его интегрального индекса, рассчитанного на основе усреднения значений данных параметров.

Таблица 2

Изменение значений 8 параметров качества жизни российского населения и интегрального индекса качества жизни в 2002, 2008, 2012 и 2019 годах (в %)

|   | 2002  |              | 2008   |        | 2012    |        | 2019  |         |        |        |
|---|-------|--------------|--------|--------|---------|--------|-------|---------|--------|--------|
|   | Знач. | Знач. к 2002 | Знач.  | к 2002 | Знач.   | к 2002 | Знач. | к 2002  | к 2008 | к 2012 |
| 1. Физическая активность                                      | 75,89 | 78,41        | + 2,52 | 80,9   | + 5,01  | + 2,49 | 83,48 | + 7,59  | + 5,07 | + 2,58 |
| 2. Социальная активность                                      | 71,58 | 76,11        | + 4,53 | 77,1   | + 5,52  | + 0,99 | 78,68 | + 7,1   | + 2,57 | + 1,58 |
| 3. Роль физических проблем в ограничении жизнедеятельности    | 59,73 | 68,59        | + 8,86 | 71,7   | + 11,97 | + 3,11 | 74,79 | + 15,06 | + 6,2  | + 3,09 |
| 4. Субъективные болевые ощущения                              | 65,98 | 68,35        | + 2,37 | 70,32  | + 4,34  | + 1,97 | 71,98 | + 6,0   | + 3,18 | + 1,66 |
| 5. Роль эмоциональных проблем в ограничении жизнедеятельности | 60,66 | 68,8         | + 8,14 | 69,6   | + 8,94  | + 0,8  | 71,40 | + 10,74 | + 2,6  | + 1,8  |
| 6. Психическое здоровье                                       | 58,6  | 61,97        | + 3,37 | 63,4   | + 4,8   | + 1,43 | 63,95 | + 5,35  | + 1,98 | + 0,55 |
| 7. Жизнеспособность   | 54,5  | 58,8         | + 4,38 | 59,9   | + 5,4   | + 1,1  | 61,37 | + 6,87  | + 2,57 | + 1,47 |
| 8. Общее здоровье   | 55,44 | 58,21        | + 2,77 | 60,75  | + 5,31  | + 2,54 | 61,02 | + 5,62  | 2,81+  | + 0,27 |
| Интегральный индекс качества жизни российского населения      | 62,8  | 67,4         | + 4,6  | 69,2   | + 6,4   | + 1,8  | 70,83 | + 8,03  | + 3,43 | + 1,63 |
| Сравнительное самочувствие                                    | 54,58 | 57,36        | +2,78  | 58,74  | + 4,16  | +1,38  | 57,94 | + 3,36  | + 0,58 | - 0,8  |



Как видно из Таблицы 2 *на первом месте* среди 8 параметров ощущаемого качества жизни российского населения находится ощущаемая им физическая активность.

**Чем выше показатель, тем большую повседневную физическую нагрузку, которая не ограничена состоянием здоровья, по мнению человека, он может выполнить.** Её уровень в течение 17 лет – с 2002 по 2019 – постоянно повышался, достигнув в 2019 году значения 83,48%, т.е. стал всего на 16,52% меньше наивысшего уровня (100%). Следовательно, физическое здоровье российского населения находилось в течение 17 лет в хорошем состоянии, обеспечивая высокий уровень ощущаемой им физической активности, и этот уровень постоянно повышался – люди могли выполнять все более высокие физические нагрузки, величину которых их самочувствие не ограничивало.

**На втором месте** находится ощущаемая российским населением социальная активность. **Чем выше показатель, тем выше, по мнению человека, была его социальная активность (объем социальных связей) за последние 4 недели.** Её уровень в течение 17 лет постоянно повышался, достигнув в 2019 году значения 78,68%, т.е. стал на 21,32% меньше наивысшего уровня. Однако его повышение в течение 17 лет было неравномерным. С 2002 по 2008 год, за 6 лет, он повысился в наибольшей степени – на 4,53%; с 2008 по 2019 год – на много раз меньше. На это повлияли экономические кризисы, начавшиеся в Рос-

сии в 2008 и в 2014 годах. Они привели к тому, что в условиях падения доходов люди сократили обычное общение с друзьями, соседями и коллегами по работе в свободное время, посещение с семьей культурных мероприятий, поездки на отдых. Следовательно, социальное здоровье российского населения, – желание и способность общаться с окружающими людьми, – в среднем являлось относительно высоким, однако его социальная активность за последние 11 лет практически не увеличивалась.

**На третьем месте** находится ощущаемая роль физических проблем в ограничении его жизнедеятельности российского населения. **Чем выше показатель, тем меньше, по мнению человека, проблемы со здоровьем ограничивают его повседневную деятельность.** Физические проблемы в течение 17 лет все меньше ограничивали повседневную жизнедеятельность российского населения – их роль постоянно понижалась, достигнув в 2019 году 74,79%, т.е. стала меньше на 25,21% наивысшего уровня. Скорость этого положительного изменения является самой большой по сравнению с другими параметрами ощущаемого качества жизни – выше средней по 8 параметрам примерно в 1,9 раза. Однако скорость уменьшения роли физических проблем в ограничении жизнедеятельности российского населения в течение 17 лет постоянно падала. Следовательно, в целом за 17 лет физическое здоровье российского населения повышалось – физические проблемы все меньше мешали людям выполнять свои повседневные



дела, меньше ограничивали их жизнедеятельность.

**На четвертом месте** российского населения находится объем субъективных болевых ощущений, которые испытывало российского население. **Чем выше показатель, тем меньше человек испытывал болевых ощущений.** Этот показатель в течение 17 лет постоянно увеличивался, достигнув в 2019 году значения 71,98%, т.е. уровень субъективных болевых ощущений российского населения уменьшался, не доходя 28,02% наивысшего уровня. Скорость этого положительного изменения за 7 лет (1,66%) находится примерно на уровне среднего значения по 8 параметрам ощущаемого качества жизни (1,63%). Объем субъективных болевых ощущений российского населения в течение 17 лет падал, но незначительно. Хотя в условиях экономического кризиса происходил рост физической активности российского населения, на уменьшении объема субъективных болевых ощущений это сказывалось мало. К 2019 году оно ощущало боль ненамного меньше, чем 11 лет назад.

**На пятом месте** находится значение ощущаемой роли эмоциональных проблем в ограничении жизнедеятельности российского населения. **Чем выше показатель, тем меньше эмоциональное состояние ограничивало его повседневную деятельность.** Значение этого показателя в течение 17 лет постоянно снижалось, достигнув в 2019 году 71,4%, не доходя 28,6% до наивысшего уровня. Скорость этого положительного изменения (1,8%) немного превышает среднее зна-

чение по 8 параметрам ощущаемого качества жизни (1,63%). В целом за 17 лет скорость уменьшения значения этой роли была относительно высокой. Следовательно, эмоциональное здоровье российского населения повышалось, хотя очень неравномерно, – эмоциональные проблемы все меньше мешали людям выполнять свои профессиональные обязанности и другие дела, меньше ограничивали их деятельность.

**На шестом месте** находится уровень ощущаемого российским населением психического здоровья. **Чем выше показатель, тем больше времени человек чувствовал себя спокойным и умиротворенным.** Этот уровень в течение 17 лет постоянно повышался, достигнув в 2017 году 63,95%, т.е. был существенно ниже предыдущих параметров ощущаемого качества жизни. Он не доходил более чем на треть (на 36,05%) до наивысшего уровня. Скорость положительного изменения этого параметра является одной из самых низких по сравнению с изменением других 7 параметров ощущаемого качества жизни. Увеличение уровня ощущаемого психического здоровья российского населения в течение 17 лет было неравномерным. К 2019 году оно ощущало боль ненамного меньше, чем 11 лет назад. Ощущаемое качество жизни российского населения в среднем за последние 7 лет росло быстрее (на 1,63%), чем увеличивался уровень ощущаемого психического здоровья российского населения (0,55%).

**На седьмом месте** находится жизнеспособность российского населения, т.е. уровень им ощуща-



емого жизненного тонуса, - количество времени, которое человек ощущал себя бодрым и полным сил. **Чем выше показатель, тем больше времени человек ощущал себя бодрым и полным сил.** Этот уровень в течение 17 лет постоянно увеличивался, достигнув в 2019 году значения 61,37%, т.е. был существенно ниже предыдущих параметров ощущаемого качества жизни. Он не доходил более чем на треть (на 38,63%) до наивысшего уровня. Скорость положительного изменения этого параметра является ниже по сравнению с изменением большинства других параметров ощущаемого качества жизни. Увеличение уровня ощущаемого жизненного тонуса в течение 17 лет было неравномерным. К 2019 году оно ощущало жизненный тонус не намного выше, чем 11 лет назад. На его состояние мало повлияли экономические кризисы, начавшиеся в 2008 и 2014 годах в России, при том что в условиях экономического кризиса происходил рост физической активности российского населения. Ощущаемое качество жизни российского населения в среднем за последние 7 лет росло немного быстрее (на 1,63%), чем увеличивался жизненный тонус российского населения (1,47%).

**На восьмом месте** находится ощущаемое российским населением общее состояние здоровья. **Чем выше показатель, тем лучше общее состояние здоровья.** Этот уровень в течение 17 лет постоянно увеличивался, достигнув в 2019 году значения 61,02%, т.е. был самым низким среди других 7 параметров ощущаемого качества жизни. Он не доходил более чем на

треть (на 38,98%) до наивысшего уровня. Увеличение уровня ощущаемого общего здоровья в течение 17 лет было неравномерным. К 2019 году российское население ощущало свое здоровье так же, как и 7 лет назад, в то время как уровень ощущаемого качества жизни российским населением в среднем увеличивался (на 1,63%). Это означает, что уровень здравоохранения в России в целом не повышался, и оно не смогло обеспечить повышение общего здоровья российского населения.

**Дополнительным параметром, характеризующим состояние ощущаемого качества жизни,** является сравнительное самочувствие населения. Этот показатель характеризует изменение самочувствия, ощущаемое российским населением в течение года. Чем выше показатель, тем значительнее улучшилось восприятие людьми своего самочувствия по сравнению с предыдущим годом. Точкой стабильности является значение показателя, равное 50% (самочувствие в течение года оставалось неизменным). Если величина показателя сравнительного самочувствия превышает 50%, то самочувствие людей улучшилось по сравнению с предыдущим годом и наоборот. В течение 17 лет происходило постоянное улучшение восприятия российским населением своего самочувствия, но это улучшение было слабым.

Из двух рассмотренных в исследовании составляющих социально-экономического качества жизни российского населения только средний доход на одного человека в семье прямо влияет на состояние ощущаемого качества



жизни людей. Чем выше у них средний доход на одного человека в семье, тем выше у них ощущаемая физическая активность (КСП=0,141) и тем больше у них объем субъективных болевых ощущений (КСП=0,112). Достижение большего дохода предполагает большую физическую активность, которая сопровождается, как была показано выше, увеличением объема субъективных болевых ощущений. В значительной степени это относится к людям старшего возраста. Чем старше возраст людей, тем меньше их доход (КСП=0,126). Данная зависимость обусловлена особенностью жизни российского населения в течении последних 25 лет. Люди старшего возраста много потеряли в результате распада Советского Союза и оказались менее подготовленными к развитию рыночных отношений в России.

**Характер влияния ощущаемого качества жизни российского населения на формирование его ценностной структуры**

**Формирование деятельного патриотизма.** Его состояние формируется под воздействие почти всех составляющих ощущаемого качества жизни.

**Наиболее сильно** значимость деятельного патриотизма определяется состоянием психического здоровья людей. Чем лучше состояние психического здоровья людей, тем выше значимость для них деятельного патриотизма (КСП=0,304). Особенно сильно состояние психического здоровья влияет на формирование таких содержательных элементов деятельного патриотизма как готовность не покидать Россию и добиваться того, чтобы рос-

сияне имели достойный заработок и высокий уровень жизни; готовность защищать Россию с оружием в руках, если на неё будет совершено нападение. Готовность людей к таким действиям больше присуща людям с сильной, устойчивой психикой.

**Второй** составляющей ощущаемого качества жизни по силе воздействия на формирование деятельного патриотизма является роль эмоциональных проблем в ограничении жизнедеятельности людей. Чем меньше эмоциональных проблем испытывают люди, тем выше значимость для них деятельного патриотизма (КСП=0,238). Деятельный патриотизм больше присущ людям с устойчивым чувством любви к Родине. Эта зависимость по существу сходна с предыдущей и выражает роль эмоционального состояния в формировании данной ценности.

**Третьей** составляющей ощущаемого качества жизни по силе воздействия на формирование деятельного патриотизма является состояние социальной активности людей. Чем выше уровень социальной активности людей, чем больше объем их социальных связей, тем выше значимость для них деятельного патриотизма (КСП=0,229). Особенно сильно состояние социальной активности влияет на формирование таких содержательных элементов деятельного патриотизма как готовность не покидать Россию и добиваться того, чтобы россияне имели достойный заработок и высокий уровень жизни; готовность защищать Россию с оружием в руках, если на неё будет совершено нападение. Готовность людей к таким действиям



больше присуща людям, имеющим большой объем социальных связей и формируется в ходе их общения друг с другом, которое поддерживает и усиливает эту готовность.

**Четвертой** составляющей ощущаемого качества жизни по силе воздействия на формирование деятельного патриотизма является состояние жизнеспособности людей. Чем выше уровень жизнеспособности людей, уровень жизненного тонуса, тем выше значимость для них деятельного патриотизма (КСп=0,195). Особенно сильно состояние жизнеспособности людей влияет на формирование таких содержательных элементов деятельного патриотизма как готовность не покидать Россию и добиваться того, чтобы россияне имели достойный заработок и высокий уровень жизни; готовность укреплять Родину; готовность защищать Россию с оружием в руках, если на неё будет совершено нападение. Готовность к таким действиям больше присуща людям с высоким жизненным тонусом, бодрым и полным сил.

**Пятой** составляющей ощущаемого качества жизни по силе воздействия на формирование деятельного патриотизма является состояние общего здоровья. Чем выше уровень общего здоровья людей, тем выше значимость для них деятельного патриотизма (КСп=0,115). Особенно сильно состояние об людей влияет на формирование такого содержательного элемента деятельного патриотизма как готовность защищать Россию с оружием в руках, если на неё будет совершено нападение. Готовность к таким действиям больше присуща людям, обладающим хорошим здоровьем.

**Формирование гедонизма.** Его состояние формируется под воздействие трех составляющих ощущаемого качества жизни.

**Наиболее сильно** значимость гедонизма определяется состоянием физической активности людей. Чем выше уровень физической активности людей, тем выше значимость для них гедонизма (КСп=0,172).

**Второй** составляющей ощущаемого качества жизни по силе воздействия на формирование гедонизма является общее состояние здоровья. Чем ниже уровень общего состояния здоровья людей, тем выше значимость для них гедонизма (КСп=0,159).

**Третьей** составляющей ощущаемого качества жизни по силе воздействия на формирование гедонизма является объем субъективных болевых ощущений, которые испытывает российский население. Чем больше объем субъективных болевых ощущений у людей, тем выше значимость для них гедонизма (КСп=0,12). По существу, воздействие объема субъективных болевых ощущений на формирование гедонизма такое же, как и воздействие общего состояния здоровья.

**Формирование ценности творчества.** Его состояние формируется под воздействие двух составляющих ощущаемого качества жизни.

**Наиболее сильно** значимость творчества определяется состоянием психического здоровья людей. Чем выше уровень психического здоровья людей, тем выше значимость для них творчества (КСп=0,168). Творчество требует большого психического напряжения.





**Второй** составляющей ощущаемого качества жизни по силе воздействия на формирование ценности творчества является социальная активность. Чем выше уровень социальной активности людей, тем выше значимость для них творчества (КСП=0,134). Постигание духовного наследия предшествующих поколений происходит в ходе активного общения между людьми, предполагают большой объем социальных связей.

Вышерассмотренные ценности, на формирование которых влияет состояние ощущаемого качества жизни, правомерно отнести к инструментальным ценностям, ценностям - средствам, которые характеризуют способы поведения. Существует ряд ценностей, которые не зависят от состояния ощущаемого людьми качества жизни. Эти ценности, в отличие от вышерассмотренных ценностей, правомерно отнести к фундаментальным ценностям, которые выражают предпочитаемые конечные цели существования.

**Формирование воинственного патриотизма.** На формирование этого типа ценностей состояние ощущаемого российским населением качества жизни практически не оказывает влияния. Это означает, что Родина является фундаментальной ценностью для российского населения. Готовность людей защищать Родину от внешних и внутренних врагов не зависит от состояния ощущаемого ими качества жизни, оно может быть различным, при этом Родина сохраняет свою значимость.

**Формирование ценности семьи.** На формирование этого типа ценностей состояние ощущаемого

российским населением качества жизни также практически не оказывает влияния. Семья сохраняет свою значимость для людей не зависимо от того, как они ощущают свое качество жизни.

**Формирование ценности долгой жизни.** На формирование этого типа ценностей состояние ощущаемого российским населением качества жизни также практически не оказывает влияния. Долго жить хотят все, не зависимо от того, как они ощущают свое качество жизни.

#### **Характер влияния социально-экономического качества жизни российского населения на формирование его ценностной структуры**

В исследовании рассматривались две составляющие социально-экономического качества жизни российского населения: среднемесячный доход на одного человека в семье и жилищные условия. Обе эти составляющие социально-экономического качества жизни российского населения оказывают влияние на формирование некоторых элементов его ценностной структуры.

**Формирование деятельного патриотизма.** Влияние на формирование деятельного патриотизма оказывает *среднемесячный доход на одного человека в семье*. Чем он выше, тем ниже для людей значимость деятельного патриотизма (КСП=0,184). Высокий уровень дохода создает для них возможности для обеспечения комфортной жизни в любой стране. Для этих людей характерно отсутствие в сознании безусловной связи со своей Родиной. Наиболее сильно повышение дохода форми-



рует предпочтение людей уехать из России в случае нападения на неё (КСп=0,153). Таким образом, доход оказывает отрицательное влияние на формирование ценности деятельного патриотизма у наиболее материально обеспеченной части российского населения. При этом они любят, хотя и не безусловно, свою Родину и готовы укреплять её, защищать от тех, кто разрушает её изнутри. Но больше всего этого они любят свои деньги и не хотят рисковать ими.

**Второй** составляющей социально-экономического качества жизни российского населения, влияющей примерно с такой же силой, как и среднемесячный доход на одного человека в семье, на формирование деятельного патриотизма, является состояние его **жилищных условий**. Однако характер этого влияния противоположный. Чем лучше состояние жилищных условий людей, тем выше для них значимость деятельного патриотизма (КСп=0,179). Наиболее сильно состояние жилищных условий людей формирует у них желание защищать Родину от внешних врагов (КСп=0,16) и от тех, кто разрушает Россию изнутри (КСп=0,142). Они не готовы покинуть Россию и жить в любой стране, лишь бы иметь там достойный заработок и высокий уровень жизни (КСп=0,142). Они любят и готовы укреплять Родину (КСп=0,134). Они не покинут Россию и будут добиваться того, чтобы россияне имели достойный заработок и высокий уровень жизни (КСп=0,132). Таким образом, состояние жилищных условий оказывает положительное влияние на формирование ценности деятель-

ного патриотизма – он более значим для тех людей, которые живут в лучших жилищных условиях, они больше готовы защищать их. Для них связь с Россией является безусловной.

**Формирование ценности долгой жизни.** На формирование данного элемента ценностной структуры российского населения оказывает влияние только состояние **жилищных условий** людей. Чем они лучше, тем выше для людей значимость долгой жизни (КСп=0,138). Люди, находящиеся в лучших жилищных условиях, больше ценят свое здоровье, больше озабочены будущим своих детей. Наоборот, у людей, находящихся в плохих жилищных условиях, разрушается одна из фундаментальных ценностей – ценность жизни. Таким образом, на ценность долгой жизни не оказывают влияние составляющие ощущаемого качества жизни, однако, влияет один из параметров социально-экономического качества жизни – состояние жилищных условий.

**Выводы.** Результаты исследования характера влияния качества жизни российского населения на формирование его ценностной структуры позволяют сделать следующие выводы.

В целом ценностная структура населения России является в преобладающей степени «материалистической», так как в пространстве их ценностей наибольший вес имеют, во-первых, деятельный и воинствующий патриотизм; во-вторых, гедонизм; в-третьих, семья; в-четвертых, долгая жизнь. Т.е. для населения России характерна преобладающая роль инструментальной рациональности, присущей ин-



дустриальному обществу. При этом в условиях информационного, экономического и политического давления на Россию со стороны США и стран Западной Европы такие инструментальные ценности как деятельный и воинствующий патриотизм приобретают повышенную значимость для российского населения. «Постматериалистические» ценности также присутствуют в пространстве ценностей населения России. Это - творчество и свобода, но их значимость существенно ниже по сравнению с материалистическими ценностями. Причем свобода по значимости находится на последнем месте.

Молодежь, как и старшее поколение, по своей ценностной структуре являются в преобладающей степени «материалистами», так как им присущи те же ценности. При этом значимость материально обеспеченной комфортной жизни, получения удовольствий выше по сравнению со старшим поколением. Молодые люди являются большими материалистами, чем старшее поколение. Значимость духовных составляющих, характерных для «постматериалистов», для молодежи является такой же низкой, как и для старшего поколения. Для них инструментальная рациональность, присущая индустриальному обществу, характерна в еще большей мере. Это свидетельствует о большей, по сравнению со старшим поколением, рациональности молодежи. Она считает свободу менее значимой по сравнению с достижением своих творческих целей. Молодежь, по сравнению со старшими поколениями, хочет больше иметь, чем знать. Духовная сторона жизни её волну-

ет меньше, чем материальная. Насыщение российского общества потребительскими ценностями, стремление обладать ими, жить комфортно вытесняет духовные ценности жизни, умаляет их значимость для российской молодежи и говорит о её преобладающем материалистическом сознании. Это означает, что перехода населения России от материалистических ценностей к постматериалистическим со сменой поколений если и происходит, то в незначительной степени.

В среднем (интегральный индекс) состояние ощущаемого качества жизни российского населения менялся в соответствии с изменением значения составляющих его 8 параметров. Величина этого индекса в течение 17 лет постоянно росла, достигнув в 2019 году значения 70,83%. Она не доходила менее чем на треть (на 29,17%) до наивысшего уровня. Тем не менее, рост среднего значения ощущаемого российским населением качества жизни в течение 17 лет становился медленнее. Основной вклад в повышение в течение 17 лет среднего уровня ощущаемого российским населением качества жизни внесло повышение уровня его физической и социальной активности. Торможение этого уровня обусловлено относительно низким состоянием психического, общего здоровья и жизненного тонуса, ощущаемого российским населением.

Состояние ощущаемого людьми качество жизни сильно влияет на формирование ценностной структуры российского населения, однако это влияние избирательное - вклад отдельных составляющих в



его формирование является различным. Под воздействием ощущаемого качества жизни находится формирование **деятельного патриотизма**. На его состояние влияют почти все составляющие ощущаемого качества жизни. **Во-первых**, значимость деятельного патриотизма зависит от **психического здоровья** людей. Чем лучше его состояние, тем выше значимость для них деятельного патриотизма. **Во-вторых**, значимость деятельного патриотизма зависит от **роли эмоциональных проблем** в ограничении жизнедеятельности людей. Чем она меньше, тем выше значимость для них деятельного патриотизма. **В-третьих**, значимость деятельного патриотизма зависит от **социальной активности людей**. Чем она выше, чем больше объем их социальных связей, тем выше значимость для них деятельного патриотизма. Готовность к нему формируется в ходе общения людей друг с другом, которое поддерживает и усиливает эту готовность. **В-четвертых**, значимость деятельного патриотизма зависит от **жизнеспособности** людей. Чем она выше, чем выше уровень жизненного тонуса, тем выше значимость для них деятельного патриотизма. В-пятых, значимость деятельного патриотизма зависит от **состояния общего здоровья** людей. Чем оно выше, тем выше значимость для них деятельного патриотизма.

Выявленный характер воздействия ощущаемого качества жизни на формирование деятельного патриотизма показывает то, какие первоочередные задачи необходимо решить для повышения его значимости для российского населе-

ния в настоящее время и в ближайшей перспективе. В первую очередь необходимо повысить уровень психического здоровья российского населения, создать условия для появления у него чувства спокойствия. Для решения данной задачи требуется обеспечить политическую и экономическую устойчивость в развитии российского общества и государства, повышение уровня его духовного и материального благополучия. Это снизит уровень психического напряжения в обществе, беспокойство людей за свое настоящее и будущее. Не менее важно снизить объем субъективных болевых ощущений российского населения. Эти ощущения возникают у людей в связи с низким доходом на одного члена семьи, неуверенностью в сохранении своей работы. Повышение уровня заработной платы, пенсий в настоящее время и обоснованных ожиданий этого в перспективе позволит, во многом, уменьшить объем субъективных болевых ощущений людей. Наряду с этим требуется повысить уровень медицинского обслуживания в России, уменьшить коммерческую медицинскую нагрузку на людей. Повышение уровня психического здоровья и снижение объема субъективных болевых ощущений российского населения позволит снизить роль ощущаемых физических и эмоциональных проблем в ограничении его жизнедеятельности, повысить его физическую и социальную активность, общее здоровье и жизнеспособность, тем самым, обеспечит повышение ощущаемого качества жизни в целом.

Под воздействием трех составляющих ощущаемого качества



жизни находится формирование **гедонизма**. *Во-первых*, значимость гедонизма зависит от **физической активности людей**. Чем она выше, тем выше значимость для них гедонизма. *Во-вторых*, значимость гедонизма зависит от **состояния общего здоровья** людей. Чем оно ниже, тем выше значимость для них гедонизма. Он отчасти замещает людям другие способы самореализации, которые не возможны из-за слабого здоровья. *В-третьих*, значимость гедонизма зависит от объема субъективных болевых ощущений, которые испытывают люди. Чем он больше, тем выше значимость для них гедонизма.

Под воздействием двух составляющих качества жизни находится формирование **ценности творчества**. *Во-первых*, значимость творчества определяется состоянием **психического здоровья** людей. Чем оно выше, тем выше значимость для них творчества. *Во-вторых*, значимость творчества определяется состоянием социальной активности людей. Чем она выше, тем выше значимость для них творчества. Постигание духовного наследия предшествующих поколений происходит в ходе активного общения между людьми, предполагают большой объем социальных связей.

Выше рассмотренные составляющие социально-экономического качества жизни намного слабее, по сравнению с ощущаемым качеством жизни, влияют на формирование ценностной структуры российского населения. Средний доход на одного человека в семье и жилищные условия людей формируют значимость для людей дея-

тельного патриотизма, при этом их влияние имеет противоположную направленность – повышение дохода снижает для людей значимость деятельного патриотизма, улучшение жилищных условий повышает его значимость. Ценность долгой жизни формируется под воздействием только жилищных условий людей – чем они лучше, тем выше для людей значимость долгой жизни. Все это обуславливает важную роль улучшения жилищных условий в формировании вышеназванных элементов ценностной структуры российского населения.

Ощущаемое и социально-экономическое качество жизни российского населения влияет на формирование его инструментальных ценностей, целей-средств, но не влияет на формирование его терминальных ценностей, выражающих фундаментальные основы жизни людей – значимость семьи, Родины, безопасности, долгой жизни. Их значимость сохраняется независимо от того, какое у людей качество жизни. В существующих политических и экономических условиях жизнедеятельности российского общества, сильного внешнего давления, ставящего под удар его безопасность, на первое место выходят инструментальные ценности, определяющие идеальные способы поведения – деятельный и воинственный патриотизм. При этом на формирование значимости воинственного патриотизма не влияют как изменение состояния ощущаемого качества жизни, так и изменение состояния социально-экономического качества жизни людей. В каком бы положении с этой точки зрения не находи-



лось в настоящее время российское население, воинственный патриотизм в современных условиях имеет для него высокую значимость. Следовательно, чем сильнее внешнее давление на российское общество, тем сильнее повышается значимость воинственного патриотизма для людей.

### Литература

1. Аверин Ю.П., Слепенков И.М. Ценности и взгляды молодежи в изменяющейся России. – М.: Институт молодежи, 1993; Аверин Ю.П. Процессное и ценностное измерения социального порядка: состояние и взаимосвязь в условиях современного российского общества// Социальное государство и информационное развитие. М. МАКС-ПРЕСС, 2010. Аверин Ю.П. Политическая вовлеченность и ценностные позиции выпускников ВУЗов г. Москвы (по результатам социологического исследования)// Вестник МГУ. Социология и политология. №3. 2012.
2. Дифференциация населения РФ по уровню доходов в 1-м квартале почти не изменилась – Росстат. Электронный ресурс: <https://ru.investing.com/news/economic-indicators/article-613485> (дата обращения: 11.07.19).
3. Заявления о достижении в России пороговых значений децильного коэффициента. Электронный ресурс: <http://www.ecsecurity.ru/14-04-2016.htm> (дата обращения: 11.08.19).
4. Инглхарт Р. Меняющиеся ценности, экономическое развитие и политические перемены// Международный журнал социальных наук. 1996. №12. С 48.
5. Кризис возвращается в жизнь россиян. Электронный ресурс: <https://romir.ru/studies/krizis-vozvrashchaetsya-v-jizn-rossiyan> (дата обращения: 19.07.19).
6. Маша Макарова. Как Москва протестовала против изоляции Рунета / Электронный ресурс: Belsat.eu (дата обращения: 19.07.19).
7. Политика доходов и качество жизни населения. Под ред. Н.А. Горелова. – СПб.: Питер, 2003.
8. Реальные Доходы Россиян Продолжат Падать В 2019 Году. Электронный ресурс: <https://brodv.ru/2019/05/29/realnye-dohody-rossiyan-prodolzhat-padat-v-2019-godu/> (дата обращения: 11.08.19).
9. Росстат опубликовал данные по средним зарплатам в 2019 году в России. Электронный ресурс: <https://zen.yandex.ru/media/id/5b9ba35cc3cbc000ab140b83/rosstat-opublikoval-dannye-po-srednim-zarplatam-v-2019-godu-v-rossii-5cee9a153b121700b0c5f76d> (дата обращения: 15.07.19).
10. Сколько процентов людей в России живут за чертой бедности в 2019 году. Электронный ресурс: <https://pronedra.ru/rosstat-opublikoval-statistiku-skolko-rossiyan-v-2019-godu-zhivet-za-chertoj-bednosti-354645.html> (дата обращения: 21.07.19).
11. Таблица размеров МРОТ по регионам России с 1 января 2019 года после повышения. Электронный ресурс: <https://promdevelop.ru/rabota/tablitso-razmerov-mrot-po-regionam-rossii-s-1-yanvary-2019-goda-posle-povysheniya/> (дата обращения: 11.07.19).





12. Уровень бедности снизят в два раза. Эксперимент уже стартовал. Электронный ресурс: <https://www.klerk.ru/buh/articles/480242/> (дата обращения: 15.07.19).

13. Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий - Психология - 2008/2.

14. 17-я "Прямая линия": россияне ждали "позитива" и обещаний. Дождались - Путин чуть не заплакал, ему было стыдно. Электронный ресурс: [https://www.newsru.com/russia/20jun2019/line\\_17.html](https://www.newsru.com/russia/20jun2019/line_17.html) [https://www.newsru.com/russia/20jun2019/line\\_17.html](https://www.newsru.com/russia/20jun2019/line_17.html) (дата обращения: 12.07.19).

15. Inglehart R. Culture Shift in Advanced Industrial Society. Princeton (NY), Princeton Univ. Press, 1990.

16. Inglehart R. Modernization and Postmodernization. Princeton Univ. Press, 1997.

17. Kluckhohn, C. Values and value orientations in the theory of action // Toward a general theory of action / T. Parsons and E. A. Shils (Eds.) / Clyde Kluckhohn. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1951.

18. Parsons T. The Social System. – Glencoe: Free Press, 1951.

19. Rokeach V. The Nature of Human Values. The Free Press. N.Y., L., 1973. С. 3.

20. Ware J.E. Measuring patients' views: the optimum outcome measure. SF 36: a valid, reliable assessment of health from the patients' point of view// BMJ. – 1993- V.306.

#### **Influence of quality of life of the Russian population on its value structure**

**Averin Yu.P.**

Moscow State University M.V. Lomonosov  
Based on the empirical data of a sociological study conducted in April and May 2019, the article analyzes the structure of values of the

adult population of Russia and the nature of the impact on their formation of socio-economic and perceived parameters of quality of life. The research was funded by the Russian Foundation for Basic Research.

Using the factor analysis, a typological structure of the values of the Russian adult population of Russia is revealed. It is shown that it remains predominantly "materialistic" (according to R. Inglehart). The most significant is the value of patriotism, and it has a twofold nature - active patriotism and military patriotism, each of which expresses a different understanding of love for the motherland. The high importance of family and material wealth remains. The role of "post-materialist" values is insignificant. The article examines the current economic and political situation of Russia, in which this structure of population values is formed.

The state of socio-economic and perceived quality of life of the population of Russia is determined. It is shown that the formation of its value structure is provided by such socio-economic components as the income level and living conditions of people. The higher the level of their income, the lower the importance of active patriotism for them and the higher the importance of hedonism. Moreover, income does not affect the significance of military patriotism. The importance of active and military patriotism is also affected by marital status and the presence of children in a family.

It has been established that the perceived quality of life affects the formation of the value structure of the Russian population stronger than its socio-economic parameters. Such parameters of the perceived quality of life as physical activity, the role of physical problems in limiting life activity, the state of mental health, the role of emotional problems in limiting life activity, the volume of subjective pain sensations, the general state of health, vitality, and social activity determine the importance of both active patriotism and hedonism for people.

The nature of the relationship between the state of socio-economic, perceived components of the quality of life and the structure of values of the adult population of Russia is determined. Based on this, the social mechanism of its formation is revealed.

**Keywords:** value structure, socio-economic and perceived components of the quality of life.

#### **References**



1. Averin Yu.P., Slepnev I.M. Values and views of youth in a changing Russia. - M.: Youth Institute, 1993; Averin Yu.P. Process and value measurements of the social order: state and interconnection in the conditions of modern Russian society // Social State and Information Development. M. MAX-PRESS, 2010. Averin Yu.P. Political involvement and value positions of graduates of Moscow universities (based on the results of a sociological study) // Moscow State University Bulletin. Sociology and political science. Number 3. 2012.
2. The differentiation of the population of the Russian Federation in terms of income in the 1st quarter has not changed much - Rosstat. Electronic resource: <https://ru.investing.com/news/economic-indicators/article-613485> (accessed date: 11.07.19).
3. Statements on achievement of threshold decile coefficient thresholds in Russia. Electronic resource: <http://www.ecsecurity.ru/14-04-2016.htm> (accessed: 08/11/19).
4. Inglehart R. Changing values, economic development and political change // International Journal of Social Sciences. 1996. No. 12. C 48.
5. The crisis is returning to the life of Russians. Electronic resource: <https://romir.ru/studies/krisis-vozvrashchaetsya-v-jizn-rossiyan> (accessed: 07.19.19).
6. Masha Makarova. How Moscow protested against the isolation of the Runet / Electronic resource: Belsat.eu (accessed: 07/19/19).
7. Income policy and quality of life. Ed. ON. Gorelova. - St. Petersburg: Peter, 2003.
8. Real Income of Russians Will Continue to Fall In 2019. Electronic resource: <https://brodov.ru/2019/05/29/realnyedoxody-rossiyan-prodolzhat-padat-v-2019-godu/> (accessed: 08/11/19).
9. Rosstat published data on average salaries in 2019 in Russia. Electronic resource: <https://zen.yandex.ru/media/id/5b9ba35cc3cbc000ab140b83/rosstat-opublikoval-dannye-po-srednim-zarplatam-v-2019-godu-v-rossii-5cee9a153b121700b0c5f76d> (accessed: 07.15.19).
10. How many percent of people in Russia live below the poverty line in 2019. Electronic resource: <https://pronedra.ru/rosstat-opublikoval-statistiku-skolko-rossiyan-v-2019-godu-zhivet-za-chertoj-bednosti-354645.html> (accessed: 07.21.19).
11. The table of the minimum wage in the regions of Russia from January 1, 2019 after the increase. Electronic resource: <https://promdevelop.ru/rabota/tablitso-razmerov-mrot-po-regionam-rossii-s-1-yanvarya-2019-goda-posle-povysheniya/> (accessed: 07/11/19).
12. The poverty level will be halved. The experiment has already started. Electronic resource: <https://www.klerk.ru/buh/articles/480242/> (accessed: 07.15.19).
13. Schwartz S. Cultural value orientations: nature and consequences of national differences - Psychology - 2008/2.
14. The 17th "Direct Line": Russians were waiting for "positive" and promises. They waited - Putin almost cried, he was ashamed. Electronic resource: [https://www.newsru.com/russia/20jun2019/line\\_17.html](https://www.newsru.com/russia/20jun2019/line_17.html)  
[https://www.newsru.com/russia/20jun2019/line\\_17.html](https://www.newsru.com/russia/20jun2019/line_17.html) (accessed: 07/12/19).
15. Inglehart R. Culture Shift in Advanced Industrial Society. Princeton (NY), Princeton Univ. Press, 1990.
16. Inglehart R. Modernization and Postmodernization. Princeton Univ. Press 1997.
17. Kluckhohn, C. Values and value orientations in the theory of action // Toward a general theory of action / T. Parsons and E. A. Shils (Eds.) / Clyde Kluckhohn. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1951.
18. Parsons T. The Social System. - Glencoe: Free Press, 1951.
19. Rokeach V. The Nature of Human Values. The Free Press. N.Y., L., 1973. S. 3.
20. Ware J.E. Measuring patients' views: the optimum outcome measure. SF 36: a valid, reliable assessment of health from the patients' point of view // BMJ. - 1993- V.306.



## Анализ эффективности развития предприятия в современных условиях: социологический аспект

Васильев А.Ю.

В статье рассматривается проблема эффективности развития предприятия. В условиях рыночной экономики предприятия должны экономически обосновывать технические решения и планы, как в коротком, так и длительном периодах, что резко повышает роль и значение анализа, без которого невозможно объективно оценить внутренние и внешние факторы, влияющие на производственно-хозяйственную деятельность предприятия. Во главу высокой эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия ставится, по мнению автора, эффективная система технико-экономического обоснования деятельности предприятия, которая позволит оптимизировать движение материальных потоков, снизить потери финансовых, материальных и трудовых ресурсов и как следствие придаст предприятию необходимое движение в сторону повышения прибыльности и эффективности деятельности, а также позволит принимать оперативные управленческие решения по всем аспектам производственно-экономической, финансовой и инвестиционной деятельности.

Важнейшим предварительным условием создания целостного и эффективного хозяйственного механизма, адаптации предприятий к условиям регулируемого рынка является разработка комплекса теоретических и методических вопросов в планировании и учете. В связи с этим возникает необходимость конкретизации направлений действия и использования главных внутренних и внешних факторов повышения эффективности деятельности субъектов хозяйствования.

**Ключевые слова:** эффективность, предприятие, прибыль, затраты, ресурсы, управленческие решения.

Проблема эффективности занимает одно из центральных мест среди совокупности проблем, стоящих перед обществом. Особенно актуальной эта проблема становится на современном этапе развития экономики в связи с ростом дефицита сырьевых ресурсов, ужесточением конкуренции, глобализацией бизнеса, увеличением предпринимательских рисков.

В рыночной экономике выживают и успешно функционируют только те предприятия, которые соизмеряют свои доходы с затратами и величиной вложенного капитала, которые производят конкурентоспособную продукцию и не производят больше, чем можно продать. Ориентация деятельности только на «вал», на выполнение намеченных программ любой ценой - это заведомый путь к банкротству. Для успешного функционирования каждый хозяйствующий субъект должен стремиться к повышению эффективности своей деятельности на основе рационального использования ресурсного потенциала, увеличения прибыльности производства, улучшения качества реализуемой продукции.

Проанализируем эффективность производственной деятельности АО «Стерлитамакский хлебокомбинат».



Для этого проведем анализ по следующим направлениям:

- оценим затраты на производство продукции;
- проанализируем ассортимент и каналы сбыта производимой продукции;

– проанализируем показатели рентабельности АО «Стерлитамакский хлебокомбинат».

Проведем анализ затрат на производство продукции в разрезе элементов затрат (таблица 1).

Таблица 1

Состав и динамика затрат на производство продукции АО «Стерлитамакский хлебокомбинат»

| Показатель  | Год    |        |        | Изменение, (+,-) |         | Изменение, % |         |
|---|--------|--------|--------|------------------|---------|--------------|---------|
|   | 2016   | 2017   | 2018   | 2017             | 2018    | 2017         | 2018    |
|   |        |        |        | г./2016          | г./2017 | г./2016      | г./2017 |
| Материальные затраты  | 279288 | 270810 | 249398 | -8478            | -21412  | 96,96        | 92,09   |
| Расходы на оплату труда   | 192124 | 199989 | 170912 | 7865             | -29077  | 104,09       | 85,46   |
| Отчисления на социальные нужды  | 45809  | 49313  | 49588  | 3504             | 275     | 107,65       | 100,56  |
| Амортизация   | 8522   | 8607   | 10984  | 85               | 2377    | 101,00       | 127,62  |
| Прочие затраты  | 43918  | 62492  | 98280  | 18574            | 35788   | 142,29       | 157,27  |
| Итого по элементам  | 569661 | 591211 | 579162 | 21550            | -12049  | 103,78       | 97,96   |
| Изменение остатков (прирост, или уменьшение незавершенного производства, готовой продукции и др.) | 582    | 1792   | 560    | 1210             | -1232   | 307,90       | 31,25   |
| Итого расходы по обычным видам деятельности   | 570243 | 593003 | 579722 | 22760            | -13281  | 103,99       | 97,76   |

В целом за анализируемый период динамика затрат на производство продукции имеет скачкообразный характер. В 2017 г. по сравнению с 2016 г. затраты на производство продукции возросли на 22760 тыс. руб., а в 2018 г. по сравнению с 2017 г. наоборот уменьшились на 13281 тыс. руб.

Рост затрат на производство продукции в 2017 г. был связан с ростом расходов на оплату труда на 7865 тыс. руб., соответственно возросли отчисления на социальные нужды на 3504 тыс. руб. Начисления по амортизации в 2017 г. возросли на 85 тыс. руб. Значительный прирост затрат связан с увеличением прочих расходов на 18754 тыс. руб.

Уменьшение затрат на производство продукции в 2018 г. было

связано со значительным сокращением расходов на оплату труда на 29077 тыс. руб. по сравнению с 2017 г., а также с уменьшением материальных затрат на 21412 тыс. руб. Прирост расходов в 2018 г. был обеспечен по таким статьям как отчисления на социальные нужды на 275 тыс. руб., амортизация на 2377 тыс. руб. и прочих затрат на 35788 тыс. руб. В качестве негативного момента стоит выделить значительный рост прочих затрат на протяжении всего рассматриваемого периода. Проанализируем структуру затрат на производство продукции АО «Стерлитамакский хлебокомбинат» (таблица 2).

В целом за анализируемый период основная доля затрат прихо-



дится на статью материальных затрат. Удельный вес материальных затрат в 2016 г. составил 48,98%, в 2017 г. – 45,67%, а в 2018 г. – 43,02%. Уменьшение материаль-

ных затрат связано, как с модернизацией оборудования и внедрением ресурсосберегающих технологий, так и с сокращением объемов выпуска продукции.

Таблица 2  
Структура затрат на производство продукции АО «Стерлитамакский хлебокомбинат»

| Показатель  | Удельный вес, % |       |       | Изменение, (+,-) |                 |
|---|-----------------|-------|-------|------------------|-----------------|
|   | 2016            | 2017  | 2018  | 2017 г./2016 г.  | 2018 г./2017 г. |
| Материальные затраты  | 48,98           | 45,67 | 43,02 | -3,31            | -2,65           |
| Расходы на оплату труда   | 33,69           | 33,72 | 29,48 | 0,03             | -4,24           |
| Отчисления на социальные нужды  | 8,03            | 8,32  | 8,55  | 0,28             | 0,24            |
| Амортизация   | 1,49            | 1,45  | 1,89  | -0,04            | 0,44            |
| Прочие затраты  | 7,70            | 10,54 | 16,95 | 2,84             | 6,41            |
| Изменение остатков (прирост, или уменьшение незавершенного производства, готовой продукции и др.) | 0,10            | 0,30  | 0,10  | 0,20             | -0,21           |
| Итого расходы по обычным видам деятельности   | 100             | 100   | 100   | –                | –               |

Таблица 3  
Расчет затрат на 1 руб. произведенной продукции АО «Стерлитамакский хлебокомбинат» и их изменение в абсолютной величине и в динамике

| Показатели  | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | Изменение, (+,-) |                 | Изменение, %    |                 |
|---|---------|---------|---------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|   |         |         |         | 2017 г./2016 г.  | 2018 г./2017 г. | 2017 г./2016 г. | 2018 г./2017 г. |
| 1. Объем реализованной продукции, тыс. руб.         | 596376  | 634408  | 613778  | 38032            | -20630          | 106,38          | 96,75           |
| 2. Затраты по обычным видам деятельности, тыс. руб. | 570243  | 593003  | 579722  | 22760            | -13281          | 103,99          | 97,76           |
| 3. Затраты на 1 руб. произведенной продукции, руб.  | 0,96    | 0,93    | 0,94    | -0,02            | 0,01            | 97,76           | 101,05          |

Важное значение в анализе затрат на производство продукции предприятия имеют удельные показатели, позволяющие оценить прибыльность или убыточность производства единицы продукции. Произведем расчет затрат на рубль произведенной продукции в таблице 3.

Анализируя данные таблицы 3, можно сделать вывод, что в 2016 г. производство продукции находится на грани убыточности, поскольку на

рубль реализованной продукции приходится 0,96 руб. затрат. Ситуация меняется в 2017 г., когда на рубль реализованной продукции приходится 0,93 руб. затрат. В 2018 г. также следует отметить отрицательную тенденцию увеличения затрат на рубль реализованной продукции.

Таким образом, проведенный анализ затрат позволяет сделать вывод, что на рассматриваемом



предприятия себестоимость реализованной продукции остается на достаточно высоком уровне. Следовательно, руководству предприятия необходимо искать резервы снижения себестоимости продукции. Одним из резервов снижения

себестоимости продукции может стать снижение прочих затрат.

Далее проведем анализ объема выпускаемой АО «Стерлитамакский хлебокомбинат» продукции за 2016-2018 гг. Данные представлены в таблице 4.

Таблица 4  
Анализ объема выпускаемой продукции

| Показатель                 | Год  |      |      | Изменение, (+,-) |                 | Изменение, %    |                 |
|----------------------------|------|------|------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|                            | 2016 | 2017 | 2018 | 2017 г./2016 г.  | 2018 г./2017 г. | 2017 г./2016 г. | 2018 г./2017 г. |
| Хлебобулочные изделия, тн. | 6661 | 6548 | 6556 | -113             | 8               | 98,30           | 100,12          |
| Кондитерские изделия, тн.  | 1184 | 1256 | 1412 | 72               | 156             | 106,08          | 112,42          |
| Прочие, тн.                | 118  | 130  | 216  | 12               | 86              | 110,17          | 166,15          |
| Всего, тн.                 | 7963 | 7934 | 8184 | -29              | 250             | 99,64           | 103,15          |

Таблица 5  
Каналы сбыта продукции АО «Стерлитамакский хлебокомбинат»

| Канал сбыта                           | Удельный вес, % |         |         | Изменение, (+,-) |                 |
|---------------------------------------|-----------------|---------|---------|------------------|-----------------|
|                                       | 2016 г.         | 2017 г. | 2018 г. | 2017 г./2016 г.  | 2018 г./2017 г. |
| Стерлитамак                           | 28              | 25      | 25      | -3               | -               |
| Ишимбай                               | 4               | 2       | 3       | -2               | 1               |
| Салават                               | 3               | 1       | 2       | -2               | 1               |
| Сети                                  | 44              | 49      | 48      | 5                | -1              |
| Район                                 | 5               | 4       | 5       | -1               | 1               |
| Гос. учреждения                       | 12              | 16      | 11      | 4                | -5              |
| Кумертау, Мелеуз, Мраково, Исянгулово | 2               | 1       | 2       | -1               | 1               |
| Прочие направления                    | 2               | 2       | 4       | -                | 2               |
| Итого                                 | 100             | 100     | 100     | -                | -               |

Анализ объема выпускаемой продукции показывает, что за период 2016-2018 гг. происходит увеличение объемов производства, несмотря на уменьшение в 2017 г. на 29 тн. Уменьшение производства продукции в 2017 г. вызвано сокращением рынка хлебобулочной продукции. Сокращение рынка хлебобулочной продукции происходит ввиду изменения в структуре потребления – переходу части населения на сбалансированное питание и на продукцию «премиум» класса с различными добавками.

На спрос также влияют: смена вкусовых предпочтений, появление новых производителей, предпочтение к горячему хлебу, предпочтение одной торговой марки, появление нового сырья, которое влияет на улучшение качества и срока хранения.

В 2018 г. объем производства продукции увеличился на 250 тн., в основном за счет увеличения производства кондитерских и прочих хлебобулочных изделий.

Далее проанализируем каналы сбыта продукции (таблица 5).





Как видно из данных таблицы 5, в 2016 г. уменьшился объем реализации продукции в такие города как Стерлитамак, Ишимбай, Салават. Произошел прирост объема реализации в торговые сети. В 2018 г. объем реализации в торговые сети наоборот уменьшился на 1%.

Готовая продукция АО «Стерлитамакский хлебокомбинат» реализуется покупателям по прямым договорам поставки.

Структура каналов сбыта продукции в 2018 году:

1. Государственные учреждения.
2. Собственная розничная сеть «Стер-х».
3. Федеральные и региональные торговые сети.
4. Мелкооптовые потребители.

Для удержания рынков сбыта АО «Стерлитамакский хлебокомбинат» были предложены различные условия цен в зависимости от объемов, упаковки, доставки, оплаты продукции. Для поддержания оборотов в федеральных и региональных торговых сетях АО «Стерлитамакский хлебокомбинат» вынужден «соглашаться» с условиями различного рода скидок: за выбранные объемы продукции, информационные услуги и т.д.

На завершающем этапе анализа проведем анализ показателей рентабельности, наиболее полно характеризующих эффективность производственно-хозяйственной деятельности АО «Стерлитамакский хлебокомбинат». Анализ показателей рентабельности представлен в табл.6.

Таблица 6  
Показатели рентабельности АО «Стерлитамакский хлебокомбинат»

| Показатель                                | Год   |       |       | Изменение, (+,-) |                 |
|---|-------|-------|-------|------------------|-----------------|
|   | 2016  | 2017  | 2018  | 2017 г./2016 г.  | 2018 г./2017 г. |
| 1. Рентабельность продаж                  | 5,20  | 6,53  | 5,55  | 1,33             | -0,98           |
| 2. Рентабельность продукции               | 2,86  | 5,32  | 2,24  | 2,46             | -3,08           |
| 3. Рентабельность производственных фондов | 25,67 | 31,89 | 26,52 | 6,22             | -5,37           |
| 4. Рентабельность активов                 | 3,65  | 7,06  | 2,73  | 3,41             | -4,33           |
| 5. Рентабельность собственного капитала   | 6,13  | 12,76 | 4,71  | 6,62             | -8,04           |

В динамике показатели должны увеличиваться, так как это свидетельствует о росте прибыли с 1 руб. вложенных затрат. Как видно из данных таблицы 6, в АО «Стерлитамакский хлебокомбинат» показатели рентабельности увеличиваются в 2017 г. по сравнению с 2016 г. Рост показателей рентабельности в данный период свидетельствует о повышении эффективности производственно-хозяйственной деятельности предприятия.

В 2018 г. по сравнению с 2017 г. происходит снижение абсолютно всех показателей рентабельности. Так, показатель рентабельности продаж уменьшился на 0,98%. Это означает, что на 1 руб. выручки стало приходится меньше на 0,98 руб. меньше. Так в 2018 г. на 1 руб. выручки приходится 5,55 руб. прибыли от продаж. Снижение рентабельности продаж может свидетельствовать о существовании у АО «Стерлитамакский хлебоком-



бинат» проблем со сбытом продукции предприятия.

Рентабельность продукции показывающая отношение прибыли от продаж к затратам в 2018 г. уменьшается по сравнению с 2017 г. на 3,08%. Снижение рентабельности продукции обусловлено увеличением затрат на производство продукции в 2018 г.

Помимо этого, в 2018 г. происходит снижение доходности основных фондов предприятия: в 2018 г. на 1 руб. основных производственных фондов приходится 26,52 руб. прибыли от продаж, что на 5,37 руб. меньше, чем в 2017 г.

Достаточно важным является показатель рентабельности активов, характеризующий уровень прибыли на рубль своего имущества, также имеет тенденцию роста в 2017 г. и

снижения в 2018 г., что в свою очередь является индикатором снижения эффективности их использования. Рост рентабельности активов в 2018 г. можно объяснить ростом затрат на 1 руб. реализованной продукции и увеличением продолжительности оборота оборотных активов.

Снижение рентабельности собственного капитала в 2018 г. на 8,04% обусловлено ростом его удельного веса в структуре пассивов предприятия, т.к. рост собственного капитала ведет к росту финансовой устойчивости, но при этом приводит к снижению его рентабельности.

Проведем анализ прибыли АО «Стерлитамакский хлебокомбинат». Для этого проанализируем состав и структуру доходов предприятия. Анализ представлен в таблице 7.

Таблица 7  
Анализ состава и структуры доходов АО «Стерлитамакский хлебокомбинат»

| Показатель  | Год     |         |         | Удельный вес, % |         |         |
|---|---------|---------|---------|-----------------|---------|---------|
|   | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2016 г.         | 2017 г. | 2018 г. |
| 1. Выручка, тыс. руб.                                 | 596376  | 634408  | 613778  | 98,37           | 97,88   | 97,52   |
| 2. Проценты к получению, тыс. руб.                    | 44      | 1700    | 2056    | 0,01            | 0,26    | 0,33    |
| 3. Доходы от участия в других организациях, тыс. руб. | 3       | 0       | 9       | 0,001           | –       | 0,001   |
| 4. Прочие доходы, тыс. руб.                           | 9794    | 10138   | 12873   | 1,62            | 1,56    | 2,05    |
| 5. Отложенные налоговые активы, тыс. руб.             | 0       | 455     | 293     | 0,00            | 0,07    | 0,05    |
| 6. Отложенные налоговые обязательства, тыс. руб.      | 13      | 1425    | 377     | 0,00            | 0,22    | 0,06    |
| 7. Всего доходов, тыс. руб.                           | 606230  | 648126  | 629386  | 100,00          | 100,00  | 100,00  |

Проанализируем данные таблицы 7 доля выручки в общей структуре доходов АО «Салаватстекло» за анализируемый период снижается с 98,37% в 2016 г. до 97,52% в 2018 г. Происходит рост удельного веса процентов к получению с 0,01% в 2016 г. до 0,33% в 2018 г. и доходов от участия в других организациях. Также происходит рост удельного

веса прочих доходов с 1,62% в 2016 г. до 2,05% в 2018 г. Таким образом, прибыль АО «Стерлитамакский хлебокомбинат» наибольшим образом сформирована за счет выручки от продаж и прочих доходов.

Далее проведем анализ доходов АО «Стерлитамакский хлебокомбинат». Данные представлены в таблице 8.



Таблица 8  
Анализ состава и структуры доходов АО «Стерлитамакский хлебокомбинат»

| Показатель                           | Год     |         |         | Удельный вес, % |         |         |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|-----------------|---------|---------|
|                                      | 2016 г. | 2017 г. | 2018 г. | 2016 г.         | 2017 г. | 2018 г. |
| 1. Себестоимость продаж, тыс. руб.   | 393122  | 411096  | 434470  | 65,46           | 65,07   | 69,68   |
| 2. Коммерческие расходы, тыс. руб.   | 42712   | 44845   | 66972   | 7,11            | 7,10    | 10,74   |
| 3. Управленческие расходы, тыс. руб. | 129523  | 137062  | 78280   | 21,57           | 21,69   | 12,55   |
| 4. Проценты к уплате, тыс. руб.      | 19      | –       | –       | 0,001           | –       | –       |
| 5. Текущий налог на прибыль          | 5545    | 7399    | 4553    | 0,92            | 1,17    | 0,73    |
| 6. Прочие расходы, тыс. руб.         | 29601   | 31367   | 39260   | 4,93            | 4,96    | 6,30    |
| 7. Всего расходов, тыс. руб.         | 600522  | 631769  | 623535  | 100             | 100     | 100     |

Таблица 9  
Анализ дебиторской задолженности АО «Стерлитамакский хлебокомбинат»

| Показатель                                 | Год   |       |       | Изменение, (+,-) |                 | Изменение, %    |                 |
|--|-------|-------|-------|------------------|-----------------|-----------------|-----------------|
|  | 2016  | 2017  | 2018  | 2017 г./2016 г.  | 2018 г./2017 г. | 2017 г./2016 г. | 2018 г./2017 г. |
| Дебиторская задолженность всего, тыс. руб. | 28882 | 21873 | 39230 | -7009            | 17357           | 75,73           | 179,35          |
| В том числе:                               |       |       |       |                  |                 |                 |                 |
| – расчет с покупателями                    | 20144 | 11816 | 30011 | -8328            | 18195           | 58,66           | 253,99          |
| – авансы выданные                          | 6474  | 2230  | 2681  | -4244            | 451             | 34,45           | 120,22          |
| – прочие                                   | 2264  | 7827  | 6538  | 5563             | -1289           | 345,72          | 83,53           |

Анализируя структуру и динамику расходов АО «Стерлитамакский хлебокомбинат» стоит отметить, что наибольший удельный вес в структуре расходов предприятия составляет себестоимость продаж, причем в динамике данный показатель увеличивается – с 65,46% в 2016 г. до 69,68% в 2018 г.

Помимо увеличения себестоимости продаж происходит увеличение коммерческих и прочих расходов. Остальные статьи расходов имеют тенденцию уменьшения в абсолютном значении и соответственно уменьшения удельного веса.

Таким образом, рост расходов предприятия происходит за счет увеличения себестоимости продаж и коммерческих расходов.

Проведем анализ дебиторской задолженности АО «Стерлитамакский хлебокомбинат» (таблица 9).

Согласно данным таблицы 9, в 2018 г. происходит значительный рост дебиторской задолженности. В абсолютном значении дебиторская задолженность выросла на 17357 тыс. руб., темп прироста составил 179,35%. Рост дебиторской задолженности произошел в основном за счет роста расчетов с покупателями на 18195 тыс. руб.,



температура прироста – 253,99%, и авансов выданных – 451 тыс. руб., темп прироста – 120,22%. Сокращение произошло по статье прочей дебиторской задолженности на 1289 тыс. руб.

Обобщая анализ результатов деятельности АО «Стерлитамакский хлебокомбинат», можно заключить, что предприятие является финансово устойчивым и платежеспособным. К числу основных недостатков, негативно влияющих на результаты деятельности рассматриваемого предприятия, следуют отнести:

– в 2018 г. происходит снижение объемов производства на 20630 тыс. руб., прибыли до налогообложения и прибыли от продаж на 12142 тыс. руб. и 7349 тыс. руб. соответственно, а также производительности труда на 3,42 тыс. руб. чел.

– дебиторская задолженность в 2018 г. выросла на 17357 тыс. руб., а ее удельный вес в составе активов предприятия увеличился с 11,5% в 2017 г. до 21% в 2018 г. Рост дебиторской задолженности приводит к отвлечению денежных средств из оборота, и в перспективе может оказать негативное влияние на финансовое состояние предприятия;

– рост запасов в 2018 г. по сравнению с 2017 г. на 2372 тыс. руб. Рост запасов приводит к отвлечению средств из оборота предприятия и образованию дополнительных расходов, связанных с их хранением;

– рост издержек производства. Об этом свидетельствует рост себестоимости продукции предприятия в 2018 г. на 23374 тыс. руб. при одновременном снижении объемов

производства продукции. Рост себестоимости производства продукции связан с ростом цен на энергоресурсы и сырье.

Таким образом, повышение эффективности производственно-хозяйственной деятельности предоставляет экономическому субъекту дополнительные конкурентные преимущества в части повышения качества и достижения максимальных результатов в интересах общества при минимально возможных затратах, а также достигается качественное и полное доведение до конечного потребителя всей гаммы своей продукции с минимальными издержками и в оптимальные сроки. Кроме этого повышается рентабельность деятельности предприятия, как за счет оптимизации работы всех звеньев хозяйствования предприятия, так и за счет более гибкого управления распределением материальных затрат в соответствии со структурой производственного процесса.

#### Литература

1. Бадмаев Ч.А., Бадмаева Е.А. Экономическая природа производственных затрат // Учет и статистика. – 2011. – №6. – С. 4-5.
2. Баканов М. И., Сергеев Э. А. Анализ эффективности использования оборотных средств. //Бухгалтерский учет. – 2011. – №10. – С. 64-76.
3. Бровкин И.А. Обзор методов планирования издержек производственных предприятий // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2011. – №10. – С. 61-64.
4. Воробьев, Ю.Н., Еремейчук, Я.С. Проблемы и перспективы совершенствования планирования



прибыли предприятия / Ю.Н. Воробьев, Я.С. Еремейчук / Science Time. -2016. -№ 9 (33).- С. 72-79.

5. Гарифуллин К.М. Классификация моделей управления себестоимостью продукции // Вестник Казанского государственного финансово-экономического института. – 2011. – №4. – С. 26-28.

6. Глушков, И.Е. Планирование на современном предприятии/И.Е. Глушков, Т.В. Киселева // Эффективная настольная книга бухгалтера в 2-х тт. Т.1. -М.: «КноРус»; Новосибирск: «ЭКОР-книга», 2014. – 637с.

7. Кожин В. Я. Анализ финансового состояния // Аудит и анализ. – 2010. –№7. – С. 13-15.

8. Камышанов, П.И. Методы планирования показателей деятельности торгового предприятия/П.И. Камышанов, А.П. Камышанов. -М., Омега-Л, 2017 – 271 с.

9. Карманова, И.А., Насретдинова З.Т. Анализ динамики и прогноз развития финансовых результатов / И.А. Карманова, З.Т. Насретдинова // Международный студенческий научный вестник. - 2015.- № 5-5.- С. 653.

10.Огоркина, В.А. Показатели рентабельности торговой организации и методика их расчета / В.А. Огоркина // Молодой ученый. - 2016. - №12. - С. 308-311

11. Егоров В.Г., Чистова С.М. Городское ремесленное производство России в отечественной историографии / В.Г. Егоров, С.М. Чистова; Центр социально-политического прогнозирования. Москва, 2009.

12. Enterprise foreign economic activity subject-object relations providing for integration into the world economy / Sazanov O.V., Martynenko

N.K., Kireev V.S., Sulimova E.A., Sokolinskaya N.E. // Espacios. 2018. Т. 39. № 31.

#### **Analysis of the efficiency of enterprise development in modern conditions**

**Vasilev A.Yu.**

Bashkir state University

The article deals with the problem of efficiency of enterprise development. In a market economy, enterprises must economically justify technical solutions and plans, both in the short and long periods, which dramatically increases the role and importance of analysis, without which it is impossible to objectively assess internal and external factors affecting the production and economic activity of the enterprise. At the head of high efficiency of production and economic activity of the enterprise is put, according to the author, an effective system of feasibility study of the enterprise, which will optimize the flow of material flows, reduce the loss of financial, material and labor resources and as a consequence will give the company the necessary movement towards increasing profitability and efficiency, as well as allow to make operational management decisions on all aspects of production and economic, financial and investment activities. The relevance of solving these problems is considered on the example of a specific economic entity - JSC "Sterlitamak bakery". Increasing the efficiency of production and economic activity provides an economic entity with additional competitive advantages in terms of improving the quality and achieving maximum results in the interests of society at the lowest possible cost, as well as achieving high-quality and complete delivery to the end user of the entire range of its products with minimal costs and in the optimal time. In addition, the profitability of the enterprise increases, both by optimizing the work of all parts of the enterprise, and due to a more flexible management of the distribution of material costs in accordance with the structure of the production process.

The most important prerequisite for the creation of a holistic and effective economic mechanism, the adaptation of enterprises to the conditions of the regulated market is the development of a set of theoretical and methodological issues in planning and accounting. In this regard, there is a need to specify the directions of action and the use



of the main internal and external factors to improve the efficiency of business entities.

**Key words:** efficiency, enterprise, profit, costs, resources, management decisions.

**References**

1. Badmaev Ch.A., Badmaeva E.A. The economic nature of production costs // Accounting and statistics. - 2011. - No. 6. - S. 4-5.
2. Bakanov M. I., Sergeev E. A. Analysis of the effectiveness of the use of working capital. //Accounting. - 2011. - No. 10. - S. 64-76.
3. Brovkin I.A. A review of the methods of planning the costs of production enterprises // Actual problems of the humanities and natural sciences. - 2011. - No. 10. - S. 61-64.
4. Vorobyov, Yu.N., Eremeychuk, Ya.S. Problems and prospects of improving enterprise profit planning / Yu.N. Vorobiev, Ya.S. Eremeychuk / Science Time. 2016. No. 9 (33) .- S. 72-79.
5. Garifullin K.M. Classification of production cost management models // Bulletin of Kazan State Institute of Finance and Economics. - 2011. - No. 4. - S. 26-28.
6. Glushkov, I.E. Planning in a modern enterprise / I.E. Glushkov, T.V. Kiseleva // Effective handbook of an accountant in 2 vols. T.1. -M.: KnoRus; Novosibirsk: ECOR-book, 2014. - 637 p.
7. Kozhinov V. Ya. Analysis of financial condition // Audit and analysis. - 2010. –№7. - S. 13-15.
8. Kamyshanov, P.I. Methods of planning performance indicators of a trading enterprise / P.I. Kamyshanov, A.P. Kamyshanov. -M., Omega-L, 2017 - 271 p.
9. Karmanova, I.A., Nasretdinova Z.T. Analysis of the dynamics and forecast of the development of financial results / I.A. Karmanova, Z.T. Nasretdinova // International Student Scientific Bulletin. -2015 .- No. 5-5.- S. 653.
10. Ogorkina, V.A. Profitability ratios of a trade organization and methods of their calculation / V.A. Ogorkina // Young scientist. - 2016. - No. 12. - S. 308-311
11. Egorov V.G., Chistova S.M. Urban handicraft production of Russia in domestic historiography / V.G. Egorov S.M. Chistova; Center for socio-political forecasting. Moscow, 2009.
12. Enterprise foreign economic activity subject-object relations providing for integration into the world economy / Sazanov O.V., Martynenko N.K., Kireev V.S., Sulimova E.A., Sokolinskaya N.E. // Espacios. 2018.Vol. 39. No. 31.





## Анализ образов национальной нетерпимости и толерантности в виртуальном пространстве

Ким А.С.

В статье приводятся результаты эмпирического качественного исследования, проводимого методом контент-анализа с целью выявления наиболее распространенных визуальных образов в социальных сетях, транслирующих ценности национальной нетерпимости и толерантности. В анализе с 2014 по 2018 годы участвовали такие социальные сети как ВК, Facebook, Instagram. Доказывается, что в разных социальных сетях наблюдается неодинаковая динамика визуальных сообщений, что формирует разные представления в различных социальных группах, которые пользуются данными сервисами.

**Ключевые слова:** виртуальное пространство, социальные сети, визуальное оформление, пропаганда, толерантность, нетерпимость

Визуальные изображения, размещаемые в социальных сетях, касающиеся национальных отношений, все чаще имеют негативный контекст. При этом, прослеживается линия визуальной пропаганды, которая соответствует идеологической установке той или иной организации или социального движения. Социальное воспроизводство конструируется визуальными символами и формирует социально значимые образы реальности [3].

Визуальный контент является основным элементом продвижения информации, установок, предпочтений и прочих форм самовосприятия. Он стал частью любой коммуникации: личной, социальной, политической, культурной, экономической и т.д. И в результате этого, социальные сети стали медиаплатформами, где осуществляется та или иная линия гармонизации или дезорганизации социального пространства, связанная с национальной нетерпимостью или толерантностью.

Благодаря визуальному контенту формируется определенный фрейм восприятия и интерпретации той или иной ситуации связанной с военными действиями, культурной политикой, социальной адаптацией в которую включены



представители разных стран, народов и культур [1]. Данный фрейм определяет рамки допустимого и должного, также как неприемлемого и ложного в оценке национальных отношений в контексте дезинтеграции и разобщения или консолидации и единства.

Инструменты фрейминга используются для конструирования повышения убедительности сообщения. Фрейминг через визуальные образы способствует формированию понимания аудиторией той или иной ситуации или проблемы, в зависимости от того, как они преподносят и интерпретируют эту проблему. Помимо визуального изображения учитывается текстовое его сопровождение, определяющее и формирующее смыслы его восприятия и интерпретации. Инструменты фрейминга (англ. framing devices) характеризуют некое происшествие. Они включают в себя: источники (все лица, которые были процитированы в тексте); ключевые слова (те, что появляются в заголовке, а затем повторяются в тексте; слова, имеющие большую «видимость» из-за их размещения в тексте или культурного резонанса с аудиторией); метафоры; основание (лицо или группа лиц, которые идентифицируются как причина проблемы или ее решение). Подобное воздействие прослеживается в работах А.Г. Саниной о политической иронии в интернете, где визуальный ряд без текста сам по себе конструирует особое прочтение тех или иных изображений [4].

Фрейминг позволяет выбирать определенные аспекты реальности и делать их более заметными в коммуникативном тексте, популяризируя таким образом определенную трактовку проблемы, интер-

претацию ее причин, моральную оценку и ее возможное решение, используя существенные аспекты социальной реальности, которые уже поняты аудиторией. В связи с этим фреймы могут играть жизненно важную роль в активизации оппозиции или для освещения проблемы, представляя конкретную идеологию. Фреймы могут управлять тем, как люди понимают мир и, следовательно, формировать у них определенные суждения. Визуальные эффекты играют значительную роль в представлении проблемы таким образом, что одни аспекты будут являться важными, а другие нет [2].

В ходе проведенного нами автоматизированного контент-анализа визуальных конвентов социальной сети (ВК, Facebook, Instagram) видео роликов, тематический символический и кросс-культурный анализ информации, способствующей возникновению социальных рисков и общественных угроз, выявление закономерностей и динамики появления таких роликов в социальных сетях, тематический анализ наиболее часто встречающихся символов и контекстов, способствующих конструированию социальной угрозы [5]. Математический подсчет данных проводился программой Statistic. Общие данные с 2014 по 2018 годы представлены в таблице 1 и на рисунках 1 и 2.

Как видно в таблице 1, динамика изменений с 2014 по 2018 годы визуального воздействия достаточно очевидна. Визуальный эффект социального воздействия достаточно сильно прослеживается в формировании социальных стереотипов, оценок и мнений.



Таблица 1  
Контекст анализа визуальных изображений за 2014-2018 гг.

| Года | Пропаганда    | ВК   | Facebook | Instagram |
|------|---------------|------|----------|-----------|
| 2018 | Нетерпимость  | 0,6  | 0,9      | 0,2       |
|      | Толерантность | 0,9  | 0,3      | 0,2       |
| 2017 | Нетерпимость  | 0,4  | 0,8      | 0,2       |
|      | Толерантность | 0,7  | 0,4      | 0,3       |
| 2016 | Нетерпимость  | 0,3  | 0,7      | 0,2       |
|      | Толерантность | 0,6  | 0,2      | 0,3       |
| 2015 | Нетерпимость  | 0,02 | 0,7      | 0,1       |
|      | Толерантность | 0,4  | 0,3      | 0,3       |
| 2014 | Нетерпимость  | 0,07 | 0,6      | 0,1       |
|      | Толерантность | 0,2  | 0,2      | 0,2       |

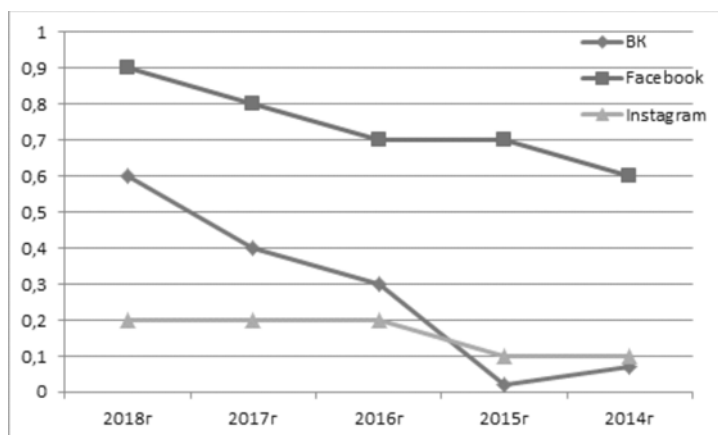


Рис. 1. Динамика нетерпимости в трех социальных сетях (на основе анализа визуальных образов)

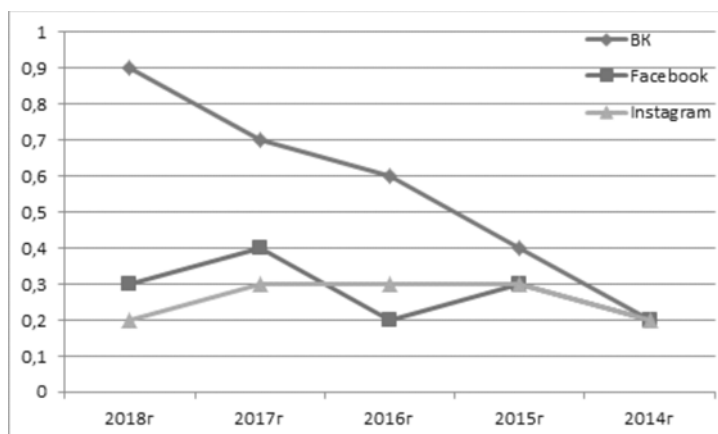


Рис. 2. Динамика толерантности в трех социальных сетях (на основе анализа визуальных образов)



В социальной сети Вконтакте прослеживается усиление толерантной тематики восприятия национальных вопросов (от 0,2 в 2014 году к 0,9 в 2018 году). Хотя стоит указать, что и формы визуального изображения нетерпимости и агрессии также возросли (от 0,07 в 2014 году до 0,6 в 2018 году).

В социальной сети Facebook выражена обратная тенденция – больше различных форм нетерпимости и враждебности, а также сильного разрыва в данных по годам не прослеживается (уровень толерантности в 2014 году – 0,2, в 2018 году – 0,3, уровень нетерпимости в 2014 году – 0,6, в 2018 году – 0,9).

В социальной сети Instagram четкой тенденции не прослеживается, она мобильная в зависимости от года (уровень толерантности в 2014 году – 0,2, в 2018 году – 0,2, уровень нетерпимости в 2014 году – 0,1, в 2018 году – 0,2).

На рисунках 1 и 2 показана графическая динамика показателей по нетерпимости и толерантности в национальном вопросе на основе анализа визуальных образов.

Специфика нашего времени такова, что визуальный ряд определяет как мы воспринимаем ту реальность в которой живем. Для молодежи социальные сети становятся все более актуальной и важной частью жизни и поэтому та визуальная информация, которая там распространяется, определяет ценности и мировоззрение тех, кто будет нами управлять завтра, определять перспективы и ориентиры развития. Национальный вопрос становится основным в понимании и конструировании солидар-

ности или дезинтеграции социальной системы. И то, что мы сегодня видим лишь на графиках и слышим из уст ученых, завтра станет нашей реальностью в повседневной жизни. Поэтому важно понимать, как и что видят, слышат и слушают современные дети и молодые люди.

То, что в разных социальных сетях распространяется неодинаковый визуальный контент, говорит о том, что формируются разные социальные группы, имеющие неодинаковые установки и представления. Своя аудитория той или иной социальной сети занимает и будет занимать свою нишу и ее ценности могут противоречить всем остальным. Таким образом, визуальные образы могут сформировать новую социальную структуру России.

#### Литература

1. Мкртчян С.С., Полюшкевич О.А., Санина А.Г. Визуальное измерение государственной идентичности: теория, методология и практика. – СПб.: РГПУ им. Герцена. 2012. – 157 с.
2. Панова А.В., Фарахутдинов Ш.Ф. Методы распознавания кодирования эмоциональных состояний в прикладных исследованиях // Социология. 2018. – № 4. – С. 140-145.
3. Полюшкевич О.А. Воздействие визуальных символов на социальное воспроизводство // Проблемы социального воспроизводства современного российского общества: политические, экономические, культурные и демографические аспекты сборник научных трудов. Иркутск, 2014. – С. 229-234.
4. Санина А.Г. Визуальная политическая ирония в рунете: кейс



сообщества «POTSREOTIZM» // Интеракция. Интервью. Интерпретация. 2015. – № 9. – С. 79-98.

5. Фарахутдинов Ш.Ф. Современные методы социологических и маркетинговых исследований: учеб. Пособ. Том Часть 1. Тюмень: Изд-во ТИУ, 2018.– 190 с.

**Analysis of images of national intolerance and tolerance in the virtual space**

**Kim A.S.**

Khabarovsk State University of Economics and Law

The article presents the results of an empirical qualitative study conducted by the method of content analysis in order to identify the most common visual images in social networks that translate the values of national intolerance and tolerance. From 2014 to 2018, such social networks as VK, Facebook, Instagram participated in the analysis. It is proved that in different social networks there is uneven dynamics of visual messages, which forms different representations in various social groups that use these services.

**Keywords:** virtual space, social networks, visual design, propaganda, tolerance, intolerance

**References**

1. Mkrtychyan S.S., Polyushkevich O.A., Sanina A.G. The visual dimension of state identity: theory, methodology and practice. - SPb.: RSPU im. Herzen. 2012. -- 157 p.
2. Panova A.V., Farakhutdinov Sh.F. Recognition methods for coding emotional states in applied research // Sociology. 2018. - No. 4. - S. 140-145.
3. Polyushkevich O.A. The impact of visual symbols on social reproduction // Problems of social reproduction of modern Russian society: political, economic, cultural and demographic aspects collection of scientific papers. Irkutsk, 2014. -- S. 229-234.
4. Sanina A.G. Visual political irony in Runet: case study of the POTSREOTIZM community // Interaction. Interview. Interpretation. 2015. - No. 9. - P. 79-98.
5. Farahutdinov Sh.F. Modern methods of sociological and marketing research: textbook. Benefit Volume Part 1. Tyumen: Publishing House of TIU, 2018.– 190 p.



## Креативный предпринимательский университет (на примере ИГУ)

**Малых С.В.**

В статье дается анализ перспектив развития университетов в будущем. На примере Иркутского государственного университета показывается перспектива развития креативного предпринимательского университета, особенности воздействия на территорию области и страны и специфику формирования связей высшей школы и развития территории в целом.

**Ключевые слова:** креативный университет, предпринимательский университет, развитие университета, будущее университетов

Через высшее образование проходит наиболее активная часть населения, способная развивать социальную структуру. При всей традиционности передачи знаний в рамках института образования, в современных университетах формируется новая среда и система воспроизводства и передачи знания. Современные рамки «общества знания» создают новые ориентиры как знания, так и способов его передачи.

Одним из векторов развития Иркутского государственного университета выступает – развитие предпринимательского сектора. «Под этим термином понимают высшее учебное заведение, способное привлечь дополнительные финансовые ресурсы для обеспечения своей деятельности, университет, использующий инновационные методы обучения» [10, С. 52]. Она выражает тот смысл, что идет поиск ресурсов, которых на данный момент времени в университете нет. Эти ресурсы не ограничены финансами, они могут активизировать социальную активность, интеллектуальный и социальный капитал и вместе с этим приводить к новому ресурсному развитию.

Предпринимательство в университете – это процесс инновационного развития культуры, способствующий общественному прогрессу во всех сферах жизни. Предпринимательство в университете рож-





дает креативный процесс воспроизводства знаний и формирует сам «креативный класс» (Р. Флорида).

Анализируя современное состояние ИГУ, мы можем сказать, что по типологии Ропке, ИГУ как предпринимательский университет развивается частично: сопряженное развитие университета и региона выстроено во множество линий и отражено в ряде публикаций [2,5,6]; члены университета (студенты, преподаватели, администрация) выступают в роли предпринимателей, реализуя культурные, социальные и бизнес проекты, нацеленные на внутреннюю и внешнюю среду университета (Грошева [1] и др., Полюшкевич [7,8,9]); предпринимательское поведение ИГУ как организации выражается в участии в крупных экономических и культурных мероприятиях, проводимых в городе, регионе и стране, а также других технологиях внедрения знаний, полученных в стенах университета в практике.

Важным условием развития ИГУ выступает гибкое взаимодействие с внешней средой. *«Предпринимательский университет – это высшее учебное заведение, которое систематически прилагает усилия по преодолению ограничений в трех сферах – генерации знаний, преподавании и преобразовании знаний в практику путем инициирования новых видов деятельности, трансформации внутренней среды и модификации взаимодействия с внешней средой»* [10, С. 55].

Внутренняя социальная среда, формирующая принципы и приоритеты социальной и личной ответственности, индивидуальной включенности в процесс корпоративного

развития университетов, рождает потребность в самостоятельном поиске ресурсов.

Формирование междисциплинарных групп решающих задачи поиска ресурсов, нацеленные не только на производство знания, но и его актуализацию для ответственности, презентацию для бизнеса, потенциал для общественного прогресса. Это способствует снижению ограничений представителями различных культур (естественно-научной, гуманитарной, технической). Примером такого взаимодействия выступает Научное сообщество ИГУ «ОСНОВА», предполагающее объединение студентов различных специальностей для решения, организации и проведения совместных проектов и исследований. А также социальные и культурные проекты Профкома ИГУ, нацеленные на активизацию социальной активности студентов и преподавателей, вовлечение их в совместную не учебную деятельность, приводит к формированию неформальных связей, способствующих развитию креативных идей.

Или же организованный в ИГУ конкурс научных проектов «Человеческий капитал Сибири», которые привлек внимание и участие специалистов и студентов разных областей знаний: от социологов до государственных и муниципальных служащих; от историков и политологов до психологов и математиков, от физиков до филологов. Идеи, проекты, новации позволили сформировать основу комплексного развития Сибири как макрорегиона, предложения оформленные в результате анализа всех проектов были представлены в Аппарат Гу-



бернатора и Правительства Иркутской области, для корректировки существующих стратегических планов развития области. Безусловно, не все идеи и модели, предложенные участниками найдут свою реализацию, но идея проекта – развития человеческих ресурсов региона через привлечение специалистов разных областей знаний позволяет говорить о выходе на новый уровень трансформации и применения полученных в университете знаний в изменение реальной социальной политики в регионе.

Еще одним примером выступает проведение креативных конференций в Иркутске в ИГУ (в 2018 и 2019 годах). Тренды и тенденции, определенные в ходе конференций, укрепляются и обретают материальные формы, завоевывают последователей и сторонников. Созданное информационное поле расширяется и вовлекает все больше акторов, в текущем году партнерами Института социальных наук Иркутского государственного университета выступили представители деловых кругов: Фонд «Центр поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в Иркутской области», Ассоциация выпускников Президентской программы Иркутской области, традиционно нас поддержало Министерство образования, администрация города, администрация университета.

Рядом с классическими университетскими функциями: образования, просвещения, развития, формируются новые задачи: экономической активности, технологической конкурентоспособности, инновационной актуальности, трансфе-

ра инновационных технологий, вывод на рынок продуктов научного поиска, новые бизнесы, развитие и управление интеллектуальной собственностью и много другого. Современный университет – это место соединения экономики и творчества, инновационных технологий и фундаментализма, креативности и основательности. Современный университет – продукт сотворчества в эпоху креативной экономики.

Креативное творчество связано с инновациями, которые являются основополагающими для образовательной, административной, научной, управленческой и любой другой деятельности в рамках университетской среды и за ее пределами – в рамках креативного города, региона, страны [11].

Современному университету для развития креативного потенциала необходимо актуализировать несколько сфер своей деятельности.

1. Философия университета. Необходимо четко сформулировать философию университета, которая позволит понимать и применять на практике задачи и цели высшего образования в эпоху глобализации и виртуализации. Это позволит понимать кто, кого и как должен и может обучать в рамках университетских программ и комплексов для того чтобы из стен университета выходили креативные кадры, способные управлять и развивать город и страну.

2. Уход от потребления. В конце XX и начале XXI веков стало все больше подчеркиваться важность потребительской функции в университетском образовании: абитуриенты и их родители все чаще выбирали вузы и специальности



которые более востребованы рынком, более престижны, дороги и т.д. Происходила подмена качества образования на солидность названия специализации.

3. Творческий потенциал преподавателей. Если педагог высшей школы не видит перспективы собственного роста, пространства для творчества, мало осведомлен о конкурсах и грантах как внутри университета, так и за его пределами, он навряд ли сможет быть хорошим наставником и ориентиром для студентов и молодых ученых. Поэтому, формирование условий для творчества среди преподавателей – является базовым приоритетом университетского образования.

4. Уменьшение административной отчетности и оценочности. Усиление административного давления через внедрение новых схем и планов отчетов, промежуточных аттестаций и оценок деятельности уменьшает творческий потенциал преподавателей и студентов. И в результате приводит к ограничению возможностей креативного развития и креативной реализации. Университеты – это места, где «безграничное» мышление и «неуправляемое» воображение должны развиваться и не должны быть связаны посредством большого количества подотчетной документации.

5. Удовлетворенность социально-психологическим климатом университета. Успех в развитии креатива и творчества среди преподавателей во многом зависит от социально-психологической среды и условий развития корпоративной культуры вуза. Регулирование поведения и внутренней культуры

преподавателей из единых морально-этических норм и правил создает единство всех участников этого процесса. Это уменьшает уровень текучести кадров, повышает привлекательность работы в данном вузе для молодых ученых и способствует общему творческому и креативному развитию преподавателей и студентов.

6. Развитие предпринимательского духа. Дух инноваций запускает креативность, которая должна и может быть конкурентоспособной, оплачиваемой и публичной. Для этого необходимо проводить лекции и матер-классы по стартапам, продвижению своих идей, созданию социальных проектов, поиску финансирования, франчайзингу и проч. Развитие культуры креативности позволит развивать предпринимательский дух в университетских стенах.

Таким образом, сотворчество университета в креативном городе возможно только через развитие инновационной деятельности педагогов, администрации и студентов. Совместные креативные и творческие команды, работающие на общие интересы, могут изменить социальные условия для развития университетской среды, научного и педагогического сообщества, что позволит быть более эффективными на рынке труда и конкурировать с лучшими университетскими комплексами на равных.

Участие представителей бизнес-сферы является знаковым: бизнес как наиболее чувствительный к экономическим объективным процессам и трендам пул общества делает ставку на креативный компонент. В Иркутской области, как и в России в целом разворачиваются



многочисленные креативные проекты, вырастают креативные структуры, привлекая разнообразных и многочисленных стейкхолдеров и укрепляя определенный конференцией тренд: только реализация креативного потенциала общества и индивидов во всевозможных проявлениях позволит разрешить многочисленные социально-экономические проблемы регионального и общенационального развития, а именно, проблемы трудоустройства и самореализации личности, диверсификации экономики, избавления от сырьевой ориентации, повышения качества жизни и туристической привлекательности на внутреннем и внешнем рынках, улучшения демографической ситуации, изменения направления миграционных процессов, ребрендинга регионов.

Цель нового формата взаимодействия – предоставить площадку многочисленным участникам креативной сферы для многостороннего обсуждения и выработки эффективных решений и синтетических форм; способствовать развитию креативных индустрий и креативных стратегий через внедрение бизнес- и клиентоориентированной идеологии в сферу сервиса и культуры и культуросцентричной философии и креативных стратегий – в бизнес.

Чтобы активизировать данную сферу деятельности необходимо дополнительно стимулировать преподавателей, через введение дополнительных критериев в их эффективный контракт, которые бы включали такие пункты как взаимодействие с другими подразделениями университета в работе социальных, культурных, инновацион-

ных проектов. И тут важны не компетенции, а желание и готовность расширять собственные границы и выходить за рамки стереотипов и ограничений.

Это позволяет перейти к новому типу передачи знаний, не в рамках классического воспроизводства опыта, обусловленного университетской средой, а в рамках требований внешней среды – развития территории, бизнеса, промышленности и прочего. Классические университеты страдают неким «снобизмом» в передаче знаний, и ИГУ не исключение. Но уже имеются явные формы преодоления этого через внедрение разработанных в лабораториях химического факультета добавок к асфальту, способного сделать более прочным (в 50-70 раз асфальтовые дороги), что уже внедрено в производство в Ангарске, и с 2018 года дороги Иркутской области ремонтируются и покрываются новой структурой асфальта.

Университет должен и может выступать как инициатор сотворчества (Малых, Журавлева), способного преобразовывать город и регион. Социальные сети выпускников могут этому активно способствовать. С недавнего времени в ИГУ действует попечительский совет из выпускников ИГУ, ныне занимающих ведущие позиции в социальной, экономической, культурной, политической и иной сферах жизни региона. Они поддерживают современных студентов ИГУ в виде индивидуальных стипендий, выдаваемых именно за комплексное развитие своих навыков в разных сферах университетской и городской жизни; организуют площадки для социального взаимодействия различных заинтересованных



участников, способных изменить место университета в регионе.

Творческие аспекты повседневности не всегда осознаются их участниками и наблюдателями. Но их ситуативный потенциал (возможности) всегда присутствуют в пространстве. Включаемость в это пространство провоцирует создание креативной повседневности, которая от обычных действий «толкотни в маршрутке» или «привычного потребления в супермаркете» может вырасти до творческого действия на улице, торговом комплексе, парке или набережной. Примером может служить прошедшее 12 апреля 2019 года в ТРК «Модный квартал» научно-популярное мероприятие «Секрет да Винчи», организованное студенческим научным обществом ИГУ и творческой организацией «Без бокала нет Шагала». Организаторы представили всем желающим посетителям торгового центра возможность проявить себя настоящими художниками. Вся работа проходила на первом этаже у фонтана, где были установлены три холста для будущего триптиха. Темой картины стал космонавт, исследователь планет, так как мероприятие проходило 12 апреля, в День космонавтики. Итогом совместного творчества стал триптих «Будь первым». Он стал символом призыва действовать и создавать что-то новое вопреки стереотипам [3].

Таким образом, креативность и творчество выступают неотъемлемыми характеристиками повседневной жизни людей. Зачастую они «зашиты» в повседневных нормах, знаниях и ритуалах, но при этом способствуют созданию творчества между незнакомыми

людьми, которые в процессе взаимодействия выдают уникальный творческий продукт – формирующий социальную сеть университета и города. Люди, участвующие в креативных индустриях – меняют пространство под свои ценности и взгляды, свои идеалы и представления не только через сам творческий процесс (создания спектаклей, благотворительных аукционов, открытых выставок и проч.), но и через вовлечение в эти процессы общественности, людей далеких от профессиональной сферы креативных индустрий, но вовлекающихся в нее в процессе повседневной жизнедеятельности. Этот факт сам по себе меняет повседневную реальность города, менталитет его жителей. Это меняет установки на образование и способы его получения. В этой связи ИГУ выступает центром образовательного ресурса региона.

Помимо этого, уже не одно десятилетие при ИГУ существует бизнес-школа, на Сибирско-американском факультете и Байкальской бизнес-школе, которые привлекают нынешних управленцев из разных секторов, к получению более актуальных и современных знаний в стенах университета, формируя как дополнительные социальные связи, так и новые совместные проекты. Это рождает более высокий уровень социального капитала у всех участников этого взаимодействия.

Это формирует новую потребность – развитие «пожизненного образования» в ИГУ. Общество слишком быстро меняется, чтобы знания полученные в 20 лет, были столь же актуальны и в 50. Увы, учиться необходимо всегда. Новое качество, ори-



ентирь и стандарты может дать ИГУ. Существующие программы повышения квалификации, переподготовки, новые магистерские программы – позволяют регулировать социальное развитие общества. Этому способствует как привлечение практиков в той или иной сфере в преподавание или чтение локальных мастер-классов или практикумов, так и переподготовка самих преподавателей, стажировки в других университетах и компаниях.

При этом, самообразование преподавателя, личная генерация новых знаний – является условием успеха данных проектов. Это позволяет ему встраиваться в новые коллективы, решать нестандартные задачи, выходить на новый уровень актуализации и решения проблем.

ИГУ стоит на пороге новой модели управления. На данный момент, старая модель пока функционирует, но в нее уже внедрились новые технологии, механизмы и инструменты, которые позволяют сделать переход к университету будущего – университету предпринимательскому.

Для реализации новых образовательных индустрий в ИГУ необходимо изменить сам подход к пониманию этих процессов. Для реализации большинства креативных проектов необходимо развивать коммуникации, вне зависимости от того это проект арт-искусства, граффити, образовательного лофта, творческой мастерской или чего-то еще. Причем коммуникации как внутри сети профессионалов в данной области, так и коммуникация с широкой публикой – это своего рода социальный капитал образования будущего. В этом ключевые медийные ресурсы выступают ос-

новым источником распространения информации об образовательных проектах и перспективах роста. «Выход в народ» выступает инструментом продвижения новых образовательных идей в городском пространстве.

#### Литература

1. Грошева Н.Б., Грошева Е.К., Катровский Ю.А. Инновационные модели взаимодействия как фактор снижения стратегических рисков бизнеса // Эффективное управление экономикой: проблемы и перспективы. Сборник трудов IV Всероссийской научно-практической конференции. Симферополь, 2019. С. 386-389.

2. Журавлева И.А., Тетерин В.В. Обучающееся сообщество профессиональных управленцев: от идеи к технологии // Управление человеческими ресурсами в органах государственного и муниципального управления: технологии, инновации, достижения материалы. Иркутский государственный университет, Институт социальных наук. 2018. С. 87-94.

3. Иркутяне разгадали «Секрет да Винчи» [Электронный ресурс] URL: <https://isu.ru/ru/news/newsitem.html?action=show&id=7026> (дата доступа: 02.07.19).

4. Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. 2007. № 1. С. 49-62

5. Малых С.В. Воздействие имиджа Иркутского государственного университета на территориальное развитие // Социология. 2018. № 4. С. 129-135.

6. Малых С.В. Роль бренда университета в формировании





имиджа города Иркутска // Урбанистика. 2018. № 3. С. 123-133.

7. Полюшкевич О.А. Интеллектуальный капитал университета // Alma mater (Вестник высшей школы). 2018. № 5. С. 25-27.

8. Полюшкевич О.А. Социальная ответственность университетов // Alma mater (Вестник высшей школы). 2012. № 11. С. 26-29.

9. Полюшкевич О.А. Социальный капитал преподавателя университета // Alma mater (Вестник высшей школы). 2015. № 5. С. 23-26.

10. Филонович С.Р. Life-long learning: последствия для высшей школы // Вопросы образования. 2009. № 4. С. 55-67

11. Ropke J. The Entrepreneurial University: Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy. 1998.

12. Никулин Л.Ф., Сулимова Е.А. Влияние современных технологий на парадигму менеджмента // Инновации и инвестиции. 2018. № 2. С. 125-131.

#### **Creative Entrepreneurial University (on the example of ISU)**

**Malykh S.V.**

#### **Irkutsk State University**

The article analyzes the prospects for the development of universities in the future. The example of the Irkutsk State University shows the development of a creative entrepreneurial university, the peculiarities of the impact on the territory of the region and the country and the specifics of the formation of high school relations and the development of the territory as a whole.

**Key words:** creative university, entrepreneurial university, university development, future of universities

#### **References**

1. Grosheva N.B., Grosheva E.K., Katrovsky Yu.A. Innovative models of interaction as a factor in reducing strategic business risks // Effective management of the economy: problems and prospects. Proceedings of the IV All-Russian Scientific and Practical Conference. Simferopol, 2019.S. 386-389.
2. Zhuravleva I.A., Teterin V.V. Learning community of professional managers: from idea to technology // Human Resource Management in State and Municipal Administration: Technologies, Innovations, Achievements Materials. Irkutsk State University, Institute of Social Sciences. 2018.S. 87-94.
3. Irkutsk residents guessed "The Secret of Da Vinci" [Electronic resource] URL: <https://isu.ru/ru/news/newsitem.html?action=show&id=7026> (access date: 07/02/19).
4. Konstantinov G.N., Filonovich S.R. What is an entrepreneurial university // Education. 2007. No 1. S. 49-62
5. Malykh S.V. The impact of the image of the Irkutsk State University on territorial development // Sociology. 2018. No. 4. P. 129-135.
6. Malykh S.V. The role of the university brand in shaping the image of the city of Irkutsk // Urban Studies. 2018. No. 3. P. 123-133.
7. Polyushkevich O.A. Intellectual capital of the university // Alma mater (Bulletin of higher education). 2018. No. 5. P. 25-27.
8. Polyushkevich O.A. Social responsibility of universities // Alma mater (Bulletin of higher education). 2012. No. 11. S. 26-29.
9. Polyushkevich O.A. Social capital of a university teacher // Alma mater (Bulletin of higher education). 2015. No. 5. P. 23-26.
10. Filonovich S.R. Life-long learning: implications for higher education // Education Issues. 2009. No 4. S. 55-67
11. Ropke J. The Entrepreneurial University: Innovation, academic knowledge creation and regional development in a globalized economy. 1998.
12. Nikulin L.F., Sulimova E.A. The influence of modern technology on the management paradigm // Innovations and Investments. 2018. No. 2. P. 125-131.





## Особенности здоровьесберегающего поведения жителей крупного города

Мехришвили Л.Л. Ткачева Н.А.

В статье рассмотрены особенности здоровьесберегающего поведения городского населения, посещающих фитнес-центры. Обоснована актуальность социологического исследования потребления фитнес услуг в связи с возрастающей ролью фитнеса в современных социокультурных и экономических процессах. Приведены результаты исследования посетителей фитнес-клубов. В частности, по результатам анкетного опроса, выявлена самооценка физического состояния респондентов, их планы относительно дальнейших занятий спортом, величина тренировочной нагрузки, способы и время, затрачиваемое посетителями на то, чтобы добраться до фитнес-центра, основные цели и причины посещения фитнес-клубов. Анализ результатов позволил авторам выделить значимые тенденции, наблюдаемые в рассматриваемой сфере.

**Ключевые слова:** фитнес, здоровьесберегающее поведение, социологическое исследование.

Мониторинговые исследования, осуществляемые ведущими социологическими центрами нашей страны, фиксируют устойчивый рост вовлечённости населения в спортивную жизнь. Так, по данным ВЦИОМа, с каждым годом все больше россиян занимаются спортом, за три года показатель вырос с 61% в 2015 г. до 79% в 2018 г. (в том числе тех, кто делает упражнения регулярно, - с 16% до 25%) [5]. Возрастание роли ценностей здорового образа жизни, в российском обществе можно объяснить сменой поколений, а также преодолением периода аномии, продолжавшейся два десятилетия и ставшего следствием смены политического строя.

Логическим продолжением указанной тенденции стало увеличение количества мест для физической активности населения, а основная роль в деле их организации перешла от государства к бизнесу. В наши дни рынок фитнес-услуг переживает активный рост. Проникновение фитнеса в жизнь россиян постоянно возрастает и сегодня спрос по-прежнему превышает предложение.

Фитнес стал модным и популярным занятием, привлекающим всё больше россиян, а здоровый образ жизни – трендом последних лет. Сегодня фитнес-индустрия России показывает активный рост, несмотря на экономическую нестабиль-



ность. Потенциал развития ещё далеко не исчерпан, чему способствует множество взаимосвязанных факторов. Это рост популярности фитнеса у населения (как у молодёжи, так и старших возрастных групп), конструктивная государственная политика в сфере физической культуры и спорта, низкий уровень обеспеченности горожан фитнес-клубами и др. Эксперты отмечают, что за последние 5-7 лет произошло двукратное увеличение рынка фитнес-услуг, а при существующем тренде в ближайшее время ситуация кардинально не изменится [4].

Несмотря на то, что бурное развитие фитнес-индустрии в нашей стране началось относительно недавно, сегодня ряд исследователей плодотворно работают в этом направлении. Так, концептуальному анализу понятия «фитнес», посвящены работы С.О. Филипповой [10]. Медико-биологические аспекты занятий фитнесом рассмотрены Е.А. Осокиной [6], Е.Г. Сайкиной [8]. Социологический подход к изучению сферы фитнеса представлен в работах Н.Е. Бартеневой [1]. Организационно-экономический и маркетинговый аспекты нашли отражение в трудах Т.Г. Бесташишвили [2], В.И. Григорьева [3]. В то же время большая часть исследований проводится локально, в маркетинговых целях на коммерческой основе. Анализ научной литературы показывает, что глубокий социологический анализ аудитории фитнес-центров можно встретить лишь в единичных публикациях.

Учитывая значительную роль фитнеса в современных социокультурных и экономических процессах, особенности поведения населения в этой сфере достаточ-

но ярко характеризуют не только отношение населения к своему здоровью, но и уровень социальной зрелости российского общества [9]. Таким образом, настоящая работа представляется актуальной

В 2018 году при участии авторов настоящей работы было реализовано инициативное исследование, направленное на оценку различных аспектов, связанных с посещением фитнес-клубов. Анкетный опрос был реализован в Интернете с использованием сервиса «SurveyMonkey». Решение об использовании онлайн-технологий для проведения опроса было принято по ряду причин. Технологичность процесса позволяет сократить время, затрачиваемое на полевой этап, облегчает процесс контроля за ходом исследования. Интерактивность снижает влияние интервьюера, что значительно облегчает коммуникационный процесс, а также позволяет вовлекать в исследования труднодоступные категории респондентов. Кроме того онлайн-исследование позволяет снижать издержки на полевые работы и ввод данных, что очень актуально для инициативных исследований, проводимых в условиях ограниченных временных и финансовых ресурсов.

Объектом исследования выступили посетители фитнес-центров города Тюмени. Для отбора респондентов, использовалась потоковая выборка – основанная на согласии интернет-пользователей техника отбора, которая исторически является видом конформной выборки [7]. В нашем случае основным источником рекрутинга респондентов выступила социальная сеть «ВКонтакте».



Ссылка на опрос размещалась в публичных группах фитнес-центров в социальных сетях. Кроме того привлечение к опросу осуществлялось при помощи таргетированной рекламы. Баннер с приглашением к опросу демонстрировался селективно, тем людям, кто состоял в группах фитнес-центров. Всего в опросе приняло участие 266 человек. Статистическая обработка и анализ данных осуществлялись в пакете IBM SPSS Statistics версии 22.

Представим социально-демографические характеристики респондентов. Респондентов женского пола оказалось больше чем мужчин, более чем в 2 раза (71,4 и 28,6% соответственно). Большинство участников опроса – это люди, работающие полный день. Примерно равное количество – студенты и те, кто работает по свободному графику (табл. 1).

Таблица 1  
Основное занятие респондентов.

|                                    |       |
|------------------------------------|-------|
| Учусь в школе.                     | 2,0   |
| Учусь в вузе (техникуме, училище,  | 18,3  |
| Работаю полный рабочий день.       | 47,5  |
| Работаю по свободному графику.     | 16,8  |
| Нахожусь на пенсии.                | 1,0   |
| Нахожусь в отпуске по беременности | 7,4   |
| Безработный, и ищу работу.         | 5,0   |
| Не работаю и не ищу работу.        | 2,0   |
| Всего                              | 100,0 |

Оценивая уровень своего дохода, почти три четверти респондентов выбрали вариант ответа «средний» (72,3%). Ещё около четверти указали на доход «выше среднего» (10,2%) и «ниже среднего» (14,1%). Высокий и низкий уровень дохода отметили чуть более 3% участников опроса.

Информация о возрасте респондентов собиралась в абсолютных значениях. То есть в ходе заполнения анкеты респонденты указывали, сколько им лет. Для удобства восприятия информации мы выделили 5 возрастных категорий, в которых респонденты распределились следующим образом: респондентов младше 20 лет оказалось 14,6%, в возрастной группе 21-25 лет – 25,3% респондентов, среди 26-30-ти летних – 25,8%, по-

сетителей клубов в диапазоне 31-35 лет – 16,7%, а респондентов старше 36 лет – 17,7%.

Рассмотрим основные результаты проведенного исследования.

В оценке собственного здоровья более половины посетителей клубов выбирали вариант «хорошее» (56,2%). Второй по популярности вариант – «Среднее, не хорошее, но и не плохое» (34,2%) – его выбрала треть респондентов. Аналогичное распределение получено и при ответе на вопрос о том, придерживаются ли респонденты здорового образа жизни. Анализ таблиц сопряженности показал, что оба рассматриваемых вопроса не зависят от пола и возраста респондентов, а также других социально-демографических характеристик.



Следующие два вопроса были направлены на выявление физического состояния респондентов. Для этого им было предложено указать рост и вес. В процессе анализа мы

использовали эти данные для вычисления индекса массы тела, который соотнесли с таблицей международной классификации дефицита массы тела и ожирения (рис. 1).

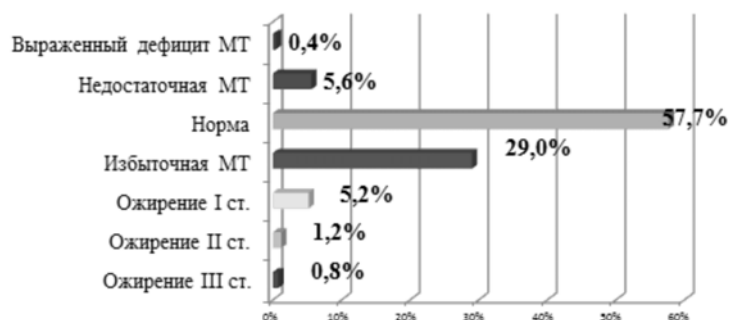


Рис. 1. Распределение респондентов по индексу массы тела.

Как показал опрос, большинство респондентов являются в спорте новичками. Тех, кто занимается менее года, оказалось 37,1%, а ещё 22,6% ходят в клуб от 1 до 3 лет; 13,7% занимаются 3-5 лет, 11,3% - 5-10 лет, остальные (15,3%) – более 10 лет.

Интересная закономерность была обнаружена при изучении таблицы сопряжённости возраста респондентов и количеством времени, которые они занимаются в клубе: с увеличением возраста увеличивается количество новичков. Эта тенденция прерывается лишь в группе старше 36 лет. Данные свидетельствуют о том, что постепенно фитнес-услугами начинают пользоваться всё более возрастные группы.

Следующий вопрос анкеты был направлен на выявление планов респондентов относительно дальнейших занятий спортом. 29,6% указали, что продолжать занятия, несмотря ни на что. Почти половина, допускают, что время от време-

ни им придётся жертвовать временем, уделяемым фитнесу, для решения других, более важных дел. Пятая часть (21,5%) респондентов признают, что существуют обстоятельства, которые заставят снизить их занятия спортом до минимума.

Таким образом, можно констатировать, что подавляющее большинство посетителей фитнес-центров настроены, продолжать тренировки в будущем.

Величина тренировочной нагрузки является важным показателем, определяющим степень разнообразных изменений, произошедших в организме человека. Недостаточная нагрузка не вызовет необходимого тренировочного эффекта, а избыточная – снизит его, подвергая, кроме того, ненужным рискам различные системы организма. Психологическим аспектом неправильно подобранной нагрузки может стать эмоциональное выгорание, усталость, неудовлетворённость от занятий фитнесом, и, как следствие, прекращение трениро-



вок. Отвечая на вопрос о том, какую физическую нагрузку респонденты испытывают во время тренировок, выяснилось, что лёгкую физическую нагрузку испытывают 15,8%, физическая нагрузка средней тяжести характерна для 64,8%, а высокий уровень нагрузки отметили 19,4%.

Как и следовало ожидать, распределение ответов данного вопроса в зависимости от пола выявило, что мужчины чаще женщин испытывают высокий уровень нагрузки

Время, затрачиваемое посетителями на то, чтобы добраться до фитнес-центра, это важнейший критерий выбора клуба. На это указывают полученные данные – в совокупности более 80% опрошенных тратят менее получаса, чтобы добраться до клуба.

Дополнительным подтверждением приоритетности фактора близости клуба является способ, используемый горожанами, чтобы добраться до клуба – более трети респондентов добираются пешком (37,1%). При этом на автомобиле добираются 27,5%, а на общественном транспорте – 24,6%. Оставшаяся часть респондентов выбрали вариант «каждый раз по-разному» - 10,8%.

Сопряженность двух предыдущих вопросов показывает, что доля тех, кто добирается пешком постепенно снижается, по мере увеличения затрачиваемого времени, а с теми, кто пользуется общественным транспортом ситуация противоположная. Среди автомобилистов также наблюдается рост, но он не такой интенсивный, как у пользователей общественного транспорта (рис. 2).

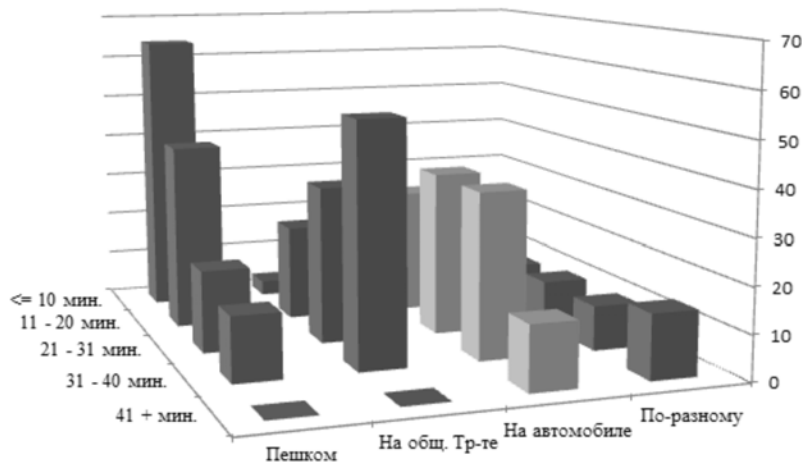


Рис. 2. Взаимосвязь способа и времени, затрачиваемых посетителями на дорогу до клуба

Обращает внимание на себя тот факт, что владельцы автомобилей более гибки в выборе фитнес-центра и могут посещать клуб, находящийся в значительном удалении от места проживания или работы.

Последний вопрос рассматриваемого блока анкеты выявил, откуда респонденты обычно отправляются на тренировку. Большинство, как и следовало ожидать, идут в клуб из дома – таких оказа-



лось 55%. Неожиданностью стал довольно высокий процент тех, кто ходит на тренировку сразу после работы (36,1%).

Относительно сферы фитнес-услуг можно выделить три основные группы потребностей, связанные со здоровьем, внешностью и социальной составляющей (обще-

ние, принадлежность к определённой группе, престиж и т.п.). Для их исследования был сформулирован следующий вопрос: «Какие у Вас основные цели и причины посещения фитнес-центра? Можно отметить не более 3-х вариантов» далее прилагался список из 11 позиций (табл. 2).

Таблица 2  
Основные мотивы посещения фитнес-центров тюменцами

|   |       |
|---|-------|
| Хочу подкорректировать свой вес.  | 45,4% |
| Хочу получить привлекательную внешность, спортивную фигуру.                             | 65,7% |
| Занимаюсь спортом профессионально.  | 5,6%  |
| Хотелось бы завести новые знакомства.   | 3,2%  |
| Надеюсь встретить вторую половину.  | 1,6%  |
| Для общения с друзьями.   | 3,2%  |
| Забочусь о своем здоровье.  | 55,8% |
| Сейчас это модно (большинство моих друзей и знакомых занимается спортом).               | 1,2%  |
| Тренировки для меня – это способ занять свободное время.                                | 10,0% |
| Поддерживаю себя в форме.   | 47,8% |
| Реабилитация. Пытаюсь восстановиться после болезни (травмы, декретного отпуска и т.д.). | 10,4% |

Из приведённых данных видно, что ключевые мотивы связаны со здоровьем и внешностью. Логично предположить, что на мотивы посещения клуба оказывают такие характеристики респондентов как пол и возраст. Для того чтобы проверить это мы сравнили ответы в различных половых и возрастных группах. Оказалось, что для мужчин приоритетнее забота о здоровье и поддержание себя в форме, в то время как женщины отдают предпочтение своей внешности. Кроме того мужчины чаще занимаются спортом профессионально.

Более старшие посетители клубов ориентируются на заботу о своём здоровье, а молодёжь чаще желает получить привлекательную внешность и спортивную фигуру.

Этот вывод не является чем-то из ряда вон выходящим, однако, как показывают наши наблюдения, в рекламе фитнес-центров редко можно встретить обещания помочь клиентам поправить здоровье. Т.е. можно сказать, что реклама ориентирована, в первую очередь, на молодую аудиторию, в то время как наиболее платёжеспособная и растущая категория клиентов фитнес-центров остаётся практически без внимания.

В следующем вопросе респондентам предлагалось выбрать, какие из видов занятий они посещают чаще всего. Результаты показывают (табл. 4), что наиболее востребованной формой занятий для респондентов остаётся тренажёрный зал (72,5%). Учитывая, что отвечая



на этот вопрос, респондентам разрешалось выбрать несколько вариантов ответов, логично предположить, что многие посетители фитнес-

нес-центров совмещают посещение тренажёрных с другими видами фитнеса.

Таблица 3  
Наиболее часто посещаемые респондентами занятия

|  |       |
|--|-------|
| Тренажёрный зал.   | 72,5% |
| Кинезис  | 1,7%  |
| Интенсивные групповые программы (силовые, кардио тренировки) | 38,0% |
| Мягкий фитнес (йога, пилатес, стрейч и др.).                 | 27,8% |
| EMS-фитнес.  | 3,3%  |
| Бассейн  | 24,5% |
| Танцы  | 11,3% |

Распределение ответов на данный вопрос в зависимости от пола показывает, что подавляющее большинство мужчин тренируются именно в тренажёрном зале (93,6%). Интересно, что мужчины также чаще посещают бассейн. Среди девушек в большей степени распространены мягкий фитнес и танцевальные программы.

Распределение рассматриваемого вопроса в зависимости от возраста, позволило выявить следующие тенденции:

- с увеличением возраста уменьшается количество людей, занимающихся в тренажёрном зале;
- интенсивные групповые программы в равной мере посещают представители различных возрастных групп;
- танцевальные тренировки чаще предпочитают молодые посетители клубов, а популярность бассейна, наоборот – возрастает в старших возрастных группах.

Проведённое нами исследование позволяет сделать следующие существенные выводы:

Во-первых, в настоящее время фитнес-индустрия переживает не

только количественный рост, но и качественные трансформации. Об этом свидетельствуют особенности выбора способов тренировки представителями различных полов. В нашей стране мужчины традиционно занимаются в тренажёрном зале предпочитая большие динамические нагрузки. Женщины же наоборот – чаще посещают групповые программы, в которых значительная доля времени уделяется статической работе с весом собственного тела. Наше исследование показывает, что такая поведенческая модель постепенно меняется, поскольку гендерные различия в способах тренировки стираются.

Второй вывод вытекает из первого. Несмотря на то, что результаты нашего исследования не позволяют проследить данные в динамике, имеющиеся результаты позволяют констатировать, что подтверждается наблюдаемая тенденция изменения предпочтений посетителей клубов от «фитнеса формы» к «фитнесу состояния». Этот процесс, долгое время протекающий в более развитом европейском и американском фитнесе в последнее время стал наблюдаться и в России [2].





В-третьих, наблюдается постепенное расширение возрастных границ посетителей фитнес-центров, а также повышается доступность фитнеса для категорий населения с невысокими доходами.

### Литература

1. Бартенева Н.Е. Поведение потребителей на российском рынке фитнес-услуг: дис. ... канд. социол. наук., Ивановский гос. энергетический университет имени В.И. Ленина, Иваново, 2017 – 189 с.

2. Бесташивили Т.Г. Организационно-экономические факторы становления фитнес-клуба: текст докт. дис. – Санкт-Петербург: Нестор-История / Т.Г. Бесташивили, 2015. – 467 с.

3. Григорьев В.И. Фитнес-культура студентов: теория и практика. учебное пособие для образовательных учреждений высшего профессионального образования, осуществляющих образовательную деятельность по направлению 032100 - Физическая культура / В. И. Григорьев, Д. Н. Давиденко, С. В. Малинина ; «Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов». Санкт-Петербург, 2010. – 227 с.

4. Здоровый образ жизни стал трендом // Сайт издательского дома «Коммерсантъ» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/35155>

5. Здоровый образ жизни: мониторинг. Пресс-выпуск №3611 от 21 Марта 2018 // Сайт Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [Электронный ресурс]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116757>

6. Осокина Е.А. Современные фитнес-программы в системе физического воспитания детей старшего школьного возраста // В сборнике: Реализация федеральных государственных образовательных стандартов: опыт, проблемы и пути решения материалы региональной научно-практической конференции. ФГБОУ ВО «Ивановский государственный университет», Шуйский филиал. 2016. С. 154-157.

7. Отчёт рабочей группы AAPOR о неслучайных выборках: июнь 2013 / Американская ассоциация исследователей общественного мнения/ Пер. с англ. Д. Рогозина, А. Ипатовой. М. : Общероссийский общественный фонд «Общественное мнение», 2016. – С. 32-35.

8. Сайкина Е.Г., Смирнова Ю.В. Концептуальные основы фитнеса в теории и практике физической культуры // Современные проблемы науки и образования. 2019. № 2. С. 38.

9. Фарахутдинов Ш.Ф., Шерегова В.А. Типологическая модель посетителей фитнес-центров // Теория и практика физической культуры. 2018. № 2. С. 39-40.

10. Филиппова С.О. Фитнес, фитнес-технология и фитнес-индустрия // В сборнике: Фитнес в инновационных процессах современной физической культуры сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена. 2008. С. 25-32.

### Features of health-saving behavior of residents of a large city

Mehrishvili L.L. Tkacheva N.A.  
Tyumen Industrial University

The article considers the features of health-saving behavior of the urban population visiting fitness centers. The relevance of a



sociological study of the consumption of fitness services is justified. It is associated with the increasing role of fitness in modern sociocultural and economic processes. The results of a study of visitors to fitness clubs are presented. In particular, according to the results of a questionnaire survey, the following was revealed: self-assessment of the physical condition of respondents, their plans for further sports, the amount of training load, methods and time spent by visitors to get to the fitness center, main goals and reasons for visiting were revealed fitness clubs. An analysis of the results allowed the authors to highlight the significant trends observed in this area.

**Keywords:** fitness, health-saving behavior, sociological research.

**References**

1. Barteneva N.E. Consumer Behavior in the Russian Fitness Market: Dis. ... cand. sociol. sciences., Ivanovo state. energy university named after V.I. Lenin, Ivanovo, 2017 - 189 p.
2. Bestavishvili T.G. Organizational and economic factors of the formation of a fitness club: text doct. dis. - St. Petersburg: Nestor-History / T.G. Bestavishvili, 2015 -- 467 p.
3. Grigoriev V.I. Students' fitness culture: theory and practice. textbook for educational institutions of higher professional education, carrying out educational activities in the direction 032100 - Physical Culture / V.I. Grigoriev, D.N. Davidenko, S.V. Malinina; "St. Petersburg state. University of Economics and Finance." St. Petersburg, 2010 -- 227 p.
4. A healthy lifestyle has become a trend // Website of the Kommersant Publishing House [Electronic resource]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3275155>
5. Healthy lifestyle: monitoring. Press release No. 3611 of March 21, 2018 // Website of the All-Russian Center for the Study of Public Opinion (VTsIOM) [Electronic resource]. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116757>
6. Osokina EA Modern fitness programs in the system of physical education of children of high school age // In the collection: Implementation of federal state educational standards: experience, problems and solutions of the materials of the regional scientific and practical conference. FSBEI of HE "Ivanovo State University", Shui branch. 2016.S. 154-157.
7. Report of the AAPOR working group on non-random samples: June 2013 / American Association of Public Opinion Researchers / Per. from English D. Rogozin, A. Ipatova. M.: All-Russian Public Fund "Public Opinion", 2016. - S. 32-35.
8. Saykina EG, Smirnova Yu.V. Conceptual foundations of fitness in the theory and practice of physical education // Modern problems of science and education. 2019.No 2.P. 38.
9. Farakhutdinov Sh.F., Sheregova V.A. A typological model of visitors to fitness centers // Theory and Practice of Physical Culture. 2018. No. 2. P. 39-40.
10. Filippova S.O. Fitness, fitness technology and the fitness industry // In the collection: Fitness in the innovative processes of modern physical culture, collection of materials of the All-Russian Scientific and Practical Conference. Russian State Pedagogical University named after A.I. Herzen. 2008.S. 25-32.



## Креативность и открытость публичного пространства Иркутска

Полюшкевич О.А.

В статье дается анализ открытости развития публичного пространства. В основе анализа берется креативное пространство Иркутска как сфера моделирования социокультурного облика города, связывающего повседневное пространство с прошлым и будущим города. Отдельно рассматривается субъективное восприятие горожанами публичного пространства в аспектах креативного развития.  
**Ключевые слова:** креативность, открытость, публичное пространство, социальная реальность, социальное развитие

Публичное управление городом становится все более актуальной темой для различных социальных групп. Вопросы развития гражданского общества и включенности граждан в управление городом выступает приоритетным направлением общественного воспроизводства. В современной России увеличиваются различные гражданские инициативы, направленные на изменение публичного пространства через креативные, творческие, инновационные и иные подходы.

Важно понимать, почему вырос интерес к городским изменениям и кто вовлекается в креативное конструирование города? Каковы социокультурные и экономико-политические изменения после реализации данных проектов?

В научных исследованиях, посвященных креативным индустриям, стало общим правилом то, что творчество во всех формах, смыслах и проявлениях позитивно влияет на все процессы (начиная от экономики, заканчивая производством, от политики до культуры, от государственного управления до гражданских инициатив) [3,4,7,8,9]. Это в общем приводит к развитию качественного и комфортного городского пространства.

В основе данной работы лежат 18 экспертных интервью, взятых у активных представителей креативного пространства Иркутска в 2019 году, которые реализовали и про-



должают реализовывать два и более креативных проекта в городе. Благодаря деятельности которых, формируются открытые креативные пространства, вырабатываются нормы и правила функционирования регионального сообщества, актуализируется интернет пространство (через блогерскую работу или иное участие в интернет-СМИ) благодаря чему трансформируется социальная реальность. Также были проанализированы городские сайты, отражающие работу городских инициатив.

Для анализа материалов применялся социально-сетевой анализ информационных систем, который позволил выявить условия отношения к городу как социальному пространству, его жителям как носителей определенных ценностей, социальной и личной ответственности за прошлое, настоящее и будущее в этом городе.

Применительно к городскому пространству, креативность часто трактуется как брендинг или маркетинг места. Креативность городского пространства зачастую трактуется как условие и место того, где вы сможете начать творить – в бизнесе, досуге, общении или как-то ином формате. Креативность как способность к инновациям, позволяющая решать свои задачи нетривиальными решениями и неочевидными путями. При этом сами процессы должны и могут влиять на качество жизни в конкретном городе [1,2,10,11].

Как выяснилось в процессе интервью, мотивами для занятия креативными индустриями выступают две установки: 1) креативное пространство это способ изменения (чаще улучшения) общества; 2)

креативное пространство это способ само-PR, продвижение собственных инициатив и проектов [12]. И для первых, и для вторых само креативное пространство запускает сетевое взаимодействие (знакомство всех со всеми), позволяющее формировать профессиональные сети, творческое имя и профессиональную репутацию. Все вместе это формирует закон спроса и предложения на креативную индустрию, рождает различные формы поддержки и обмен опытом [5,6,13,14]. Профессиональная сеть креативной индустрии становится главной опорой развития городского пространства креативности. Она выступает инструментом мобилизации ресурсов и инициатив, способных влиять на креативное пространство города.

Уникальность креативного городского пространства в том, что тут начинают взаимодействовать три социальных института ранее фактически не пересекающихся (искусство, наука и социальный активизм). Как правило, представители каждого из этих институтов, имеют собственные представления о том, как должен и может развиваться город. И соединение их в одном пространстве, в одни проекты рождает совершенно уникальный творческий продукт, рожающий новое лицо города, заново интерпретирующий прошлое этого города (например, 130 квартал Иркутска или проект А. Петрова «Прогулки по старому Иркутску», реализующийся уже шестой год) и рожающий новые идеи и инициативы, пространства и формы развития в будущем (например, *Точка кипения* 21 апреля 2019 года – она функционирует год; иные коворкин-



пространства города: *inLermontov, Дрожжи*, открытое пространство *Черный квадрат, галерея Революция* и прочие, которые формируют среду для развития креатива среди различных социальных групп).

Организаторы и участники различных публичных пространств, объясняя свое участие в них, все чаще применяют термин введенный А. Лефевром в 1996 году «право на город», в различных контекстах. Гражданские инициативы становятся инструментом воздействия на муниципальное управление (противодействие решениям власти), на противостояние с крупным бизнесом и т.д. И для активных горожан, открытое креативное пространство выступает местом высказывания своих интересов, отстаивания прав и воздействия на управленческие решения. Иными словами, гражданами используется право на мобилизацию в рамках общественных инициатив.

*Право на город – это не индивидуальная возможность, это коллективная стратегия воздействия на городское управление, это наша возможность менять пространство города* (А.С., 39 лет, бизнесмен, руководитель общественной организации).

*Право на город – есть у каждого человека, проживающего в городе. Влиять на свою жизнь, ее менять к лучшему, не быть безразличным – это залог нашего процветания* (Ю.К., 64 год, руководитель Благотворительного Фонда).

*Право на город есть не только у тех, кто наделен официальной властью или деньгами, но и тех, кто участвует в повседневных практиках обычной жизни, кто организует праздник или творче-*

*ский процесс в обыденных вещах, это право есть у тех кому не все равно как он живет и как живут его близкие* (В.Л., 38 лет, руководитель частного театра танца).

Люди, участвующие в креативных индустриях – меняют пространство под свои ценности и взгляды, свои идеалы и представления не только через сам творческий процесс (создания спектаклей, благотворительных аукционов, открытых выставок и проч.), но и через вовлечение в эти процессы общественности, людей далеких от профессиональной сферы креативных индустрий, но вовлекающихся в нее в процессе повседневной жизнедеятельности. Этот факт сам по себе меняет повседневную реальность города, менталитет его жителей.

Стоит понимать, что их взгляд, «профессионально деформирован», далеко не все идеи и проекты можно воплотить. Но само наличие альтернатив, расширяет схемы и стратегии управления городом. Креативность и готовность чутко реагировать на изменения, адаптироваться к любым условиям делает эту группу одним из ключевых институтов по трансформации облика города.

Любая креативная среда – это «пространство возможностей» (А. Лефевр), которые структурируют город в определенном ритме, пространстве и форме. В этом «пространстве возможностей» реализуется «право на город» у тех, кто создает и участвует в нем. Когда заканчиваются формальные нормы – начинаются реальные творческие инициативы, которые предлагают и формируют альтернативные модели и стили жизни, по-новому изоб-



ретающие повседневные практики, предлагающие иначе смотреть на городские пространства, которые из заброшенных цехов заводов или иных помещений трансформируются в творческие пространства (например, лофт<sup>4</sup> проект АРТ Барахолка в IVENT HOLL, по адресу Иркутск, Гаврилова 16 – пространство для тех, кто делает что-либо своими руками, начиная от картин и варенья, заканчивая бижутерией, керамическими поделками и музыкальными произведениями); или где бетонные заборы выступают полотном для граффити-проектов и т.д. Своего рода, это создание города в городе, наполненного альтернативными смыслами и символами, связывающими людей в единое творческое движение. Это пространство не просто изобретения нового, но и нового видения старого, возможность разрушения шаблонных представлений о каком-либо городском объекте, улице или фасаде здания и формирование нового пространства его жизни.

Для участников этих проектов важно быть принятыми и услышанными не только своим сообществом, но и услышанными теми, кто потребляет их продукцию случайно или не являясь «производителем» альтернативных моделей такой продукции. Направленность деятельности креативных проектов имеет цель либо само актуализации, либо политизации тех инициатив, которые они запускают.

Признаками политизации могут выступать представления об об-

щем благе и формирование общественного мнения в отношении какого-либо вопроса.

*Я полагаю, что для творческого развития горожан, нашего общего душевного блага – творческие мастерские, проводимые в 130-ом квартале и на других площадках Иркутска – дают возможность иркутянам стать более творческими, духовными людьми (С.Н., 42 года, руководитель гончарной мастерской).*

*Наши креативные проекты, реализуемые в пространстве 130-го квартала, формируют общественные установки иркутян в отношении прошлых традиций и будущих инноваций, важности сохранения истории и альтернативных творческих практиках, для людей разных возрастов (А.П., 43 года, руководитель информационного электронного вестника Иркутска).*

Сегодня, политические задачи чаще реализуются через повседневное сопротивление, политическое действие напрямую не связанное с властью, но обозначающее инициативы в креативном пространстве. Поэтому, уличное искусство зачастую выступает как сопротивление контролю власти. Повседневное несогласие через творческие проекты выступает «ползучим сопротивлением» прогресса.

Мотивами участия в креативных проектах выступают рациональные инициативы собственного продвижения и рекламы и творческой реализации, новым вызовам. Примером первого направления могут стать следующие моменты интервью:

*Чем более ты известен, больше работаешь, тем легче мо-*

<sup>4</sup> От англ. loft «чердак»: multifunctional spaces, combining exhibition, lecture, event activity, and also educational activity





*жешь управлять тем, где и как ты выступаешь, кто тебя приглашает, как продаются твои работы* (Н.Н., 49 лет, художник, руководитель галереи),

*Я далек от политики, но именно политические карикатуры или иные сюжеты дают максимум денег и славы – поэтому хочешь не хочешь, а начнешь разбираться* (Л.Ю., 23 года, граффити-художник).

*Арт-инсталляции становятся доступны для тех, кто входит в эту тусовку, имеет какое-то имя и может продвигать и отстаивать свои идеи* (Д.Ю., 41 год, свободный художник, владелец галереи).

Примером второго выступают такие цитаты интервью:

*Меня вдохновляет сам процесс вовлечения множества людей в творческий проект, своего рода флеш-моб, но на стенах и дорогах нашего города, который более долго будет влиять на идентичность горожан, восприятие города приезжими и т.д.* (Т.А., 25 лет, граффити-художник).

*Для меня – уличное искусство – это возможность жить и реализовываться по максимуму, быть тем, кем должен стать по жизни* (А.М., 19 лет, граффити-художник).

*Будущее не за галереями, а за реальной жизнью в городской среде, за возможностью творить и тут же реализовывать свои произведения, выходить на новые круги, видеть и узнавать новых людей...* (С.В., 44 года, свободный фотограф).

Открытые пространства, нетипичные зоны для творчества используются как первой, так и второй группой, но для первой – это

инструмент (для реализации материальных задач), для второй – это мотивация и стимул, вдохновение и прорыв (для понимания социальной и социетальности среды). И не важно насколько подготовлена и может профессионально оценить эффект публика, важен сам процесс работы, который имеет различные последствия для реальных акторов креативного пространства города.

Для реализации креативных индустрий в городе необходимо изменить сам подход к пониманию этих процессов. Для реализации большинства креативных проектов необходимо развивать коммуникации, вне зависимости от того это проект арт-искусства, граффити, образовательного лофта, творческой мастерской или чего-то еще. Причем коммуникации как внутри сети профессионалов в данной области, так и коммуникация с широкой публикой – это своего рода социальный капитал креативного города. В этом ключе медийные ресурсы выступают основным источником распространения информации о креативных проектах и перспективах роста. «Выход в народ» выступает инструментом продвижения креативных идей в городском пространстве.

«Выход в город» для креативных творческих проектов – это способ изменения лица этого города, поэтому перспективы Иркутска, как других городов России достаточно многообразны [8]. Креативная культурная среда развивается неоднозначно и многолико. Поэтому сложно обозначить единый вектор развития креативных индустрий городского пространства, но можно выявить основные мотивы и формы





развития креативности в изменении облика городов. Трансформация городского пространства зачастую видится не за городскими властями или бизнесом, а креативным классом, через реализацию своего творческого потенциала в повседневных практиках.

### Литература

1. Беспалова А.А. Ключевые акторы конструирования рекреационного пространства крупного российского города: потенциал креативности // Гуманитарий Юга России. 2016. Т. 21. № 5. С. 189-198.
2. Борисова Ю.В., Попова М.В. Введение в маркетинг территории: учебное пособие. Иркутск, 2017. 121 с.
3. Городские движения России в 2009–2012 годах: на пути к политическому / Под ред. К. Клеман. М: НЛО, 2013. 360 с.
4. Желина А.А. Креативность в городе: реинтерпритация публичного пространства // Журнал социологии и социальной антропологии. 2015. Т.18. №2. С. 45-59.
5. Журавлева И.А. «Умные города»: ожидания и страхи горожан // Социология. 2019. №1. С. 124-130.
6. Журавлева И.А. Программа «безопасный город» в современном муниципальном управлении // Урбанистика. 2018. № 4. С. 55-62.
7. Журавлева И.А. Город будущего: знания, привычки и креативность в повседневном пространстве // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона : материалы Второй регион. науч.-практ. конф. Иркутск. – Иркутск : Репроцентр А1, 2019. С. 103-107.
8. Лэндри Ч. Креативный город. М.: Классика-XXI, 2006. 399 с.
9. Малых С.В. Сотворчество университета в креативном городе // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона : материалы Второй регион. науч.-практ. конф. Иркутск. – Иркутск : Репроцентр А1, 2019. С. 161-164.
10. Полюшкевич О.А. Креативная культурная среда современных городов Сибири // Креативные индустрии в региональном пространстве социальных услуг и бизнеса. Материалы Первой региональной научно-практической конференции, Иркутск, Репроцентр А1, 2018. С. 52-56.
11. Полюшкевич О.А. Креативное измерение публичного пространства Иркутска // Креативные стратегии и креативные индустрии в экономическом, социальном и культурном пространствах региона : материалы Второй регион. науч.-практ. конф. Иркутск. – Иркутск : Репроцентр А1, 2019. С. 154-161
12. Полюшкевич О.А. Публичное пространство Иркутска: повседневность и социальная активность горожан // ExLegis. 2019. №3.
13. Полюшкевич О.А. Креативный город: условия развития (случай Иркутска) // Управление городом: теория и практика. 2019. №2 (33). С. 3-8.
14. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика XXI, 2005. 432 с.

### **Creativity and openness of the public space of Irkutsk**

**Polyushkevich O.A.**  
Irkutsk State University

The article analyzes the openness of the development of public space. The analysis is based on the creative space of Irkutsk as a



sphere of modeling the socio-cultural image of the city, linking everyday space with the past and future of the city. Separately considered is the subjective perception by the citizens of the public space in the aspects of creative development.

**Key words:** creativity, openness, public space, social reality, social development

#### References

1. Bespalova A.A. Key actors in constructing the recreational space of a large Russian city: creativity potential // Humanitarian of the South of Russia. 2016.Vol. 21. No. 5. P. 189-198.
2. Borisova Yu.V., Popova M.V. An Introduction to Territory Marketing: A Study Guide. Irkutsk, 2017.121 s.
3. Urban movements of Russia in 2009–2012: on the way to the political / Ed. K. Clement. M: UFO, 2013.360 s.
4. Zhelina A.A. Creativity in the city: re-interpretation of public space // Journal of Sociology and Social Anthropology. 2015.V. 18. No. 2. S. 45-59.
5. Zhuravleva I.A. "Smart cities": expectations and fears of citizens // Sociology. 2019. №1. S. 124-130.
6. Zhuravleva I.A. The Safe City Program in Modern Municipal Management // Urban Studies. 2018. No. 4. P. 55-62.
7. Zhuravleva I.A. City of the future: knowledge, habits and creativity in everyday space // Creative strategies and creative industries in the economic, social and cultural spaces of the region: materials of the Second region. scientific-practical conf. Irkutsk - Irkutsk: Reprocentre A1, 2019.S. 103-107.
8. Landry C. Creative city. M .: Classic-XXI, 2006.399 p.
9. Malykh S.V. University co-creation in a creative city // Creative strategies and creative industries in the economic, social and cultural spaces of a region: materials of the Second Region. scientific-practical conf. Irkutsk - Irkutsk: Reprocentre A1, 2019.S. 161-164.
10. Polyushkevich O.A. The Creative Cultural Environment of Modern Siberian Cities // Creative Industries in the Regional Space of Social Services and Business Materials of the First Regional Scientific and Practical Conference, Irkutsk, Reprocentre A1, 2018.P. 52-56.
11. Polyushkevich O.A. The creative dimension of the public space of Irkutsk // Creative strategies and creative industries in the economic, social and cultural spaces of the region: materials of the Second region. scientific-practical conf. Irkutsk - Irkutsk: Reprocentre A1, 2019.S. 154-161
12. Polyushkevich O.A. Public space of Irkutsk: everyday life and social activity of citizens // ExLegis. 2019. №3.
13. Polyushkevich O.A. Creative city: development conditions (case of Irkutsk) // City management: theory and practice. 2019.No 2 (33). S. 3-8.
14. Florida R. Creative class: people who change the future. M .: Classic XXI, 2005.432 s.



## Социально-экономическое состояние и ощущаемое качество жизни населения России

Сушко В.А.

В статье рассматривается ощущаемое качество жизни и социально-экономическое состояние населения России. В течение второй половины XX века «качество жизни» эволюционировало от смутного, неоформленного научного выражения до научной концепции, входящей во множество теорий. В течение большей части этого периода разработка и анализ данной категории осуществлялись, преимущественно, в западной науке. В СССР особой популярностью пользовался термин «образ жизни». К этому периоду времени относится большое количество работ, посвященных образу жизни рабочего класса, производственного коллектива и т.д. «Образом жизни» подменяли отвергнутое тогда понятие «качество жизни». В начале 90-х гг. «качество жизни» активно входит в российское общественное сознание и за короткий срок становится популярным практически во всех науках социально-гуманитарного профиля. Также в статье был проведен анализ такого социального явления как социальное самочувствие населения современного российского общества. На основе проведенного в 2019 году Всероссийского социологического исследования показаны взаимосвязь социально-экономического положения граждан и ощущаемого ими качества жизни.

**Ключевые слова:** качество жизни, социально-экономическое состояние, ценностная структура, удовлетворенность качеством жизни, социальное самочувствие.

**Введение.** Существенно возросший интерес науки и практики к проблематике качества жизни, свидетельствует о том, что наше общество озабочено уже не столько проблемами самосохранения, сколько вопросами устойчивого социального развития, необходимостью создания достойных условий жизни как для будущих, так и ныне живущих поколений. Социологический опыт и исследовательские поиски последних десятилетий показывают, что так и не удается сконструировать унифицированную модель «качества жизни», определить оптимальные «работающие» индикаторы измерения, предложить неполемические стандарты жизни. Причин тому много, многие из них видятся в том, что социальные интересы различных групп, слоев, национальностей настолько различны, насколько неоднозначны и нормы поведения, жизненные стереотипы, ценности, идеалы. Само явление, именуемое сегодня качеством жизни, имеет место в любой культуре, в любое историческое время, когда задумываются о ценности жизни, ее смысле и утверждении. Другой вопрос, посредством каких показателей пытаются отразить степень удовлетворения жизнью, достижения наибольшей ее полноты и смысла существования. Качество жизни

*Грант на реализацию научного проекта №19-011-00548 «Влияние качества жизни на формирование ценностной структуры населения России». Конкурс А*



рассматривается и как общесоциологическое, и как социально-экономическое, и как чисто экономическое понятие. Одни исследователи определяют его как уровень качества жизни, другие как качество уровня жизни, третьи считают эти понятия не связанными между собой и принадлежащие к различным областям научного знания. Основной причиной появления и широкого распространения термина «качество жизни» в обществах с высоким уровнем потребления была смена механизма всего социального развития. На место сугубо экономических критериев развития пришли критерии качества жизни, а развитие человеческого потенциала стало целью и фактором экономического роста.

На протяжении последних десятилетий ученые многих стран делают попытки разъяснить содержание понятия «качество жизни» и выявить наиболее универсальные критерии для его оценки, расширить диапазон применения данной категории. Качество жизни — сложный и многосторонний, в тоже время цельный конкретно-исторический и социальный феномен. Понятие «качество жизни» имеет много трактовок, в которых подвергаются детализации, прежде всего экономические и социальные параметры его содержания, расширяется диапазон индикаторов, уточняются сферы применения его показателей.

Проблемы, связанные с определением понятия «качество жизни», его содержанием и способами измерения, возникают в силу смешения уровней социального анализа. Разумеется, что в конкретном исследовании социальных процес-

сов происходит переплетение всех уровней анализа. Тем не менее, для достижения валидного знания необходимо учитывать специфику каждого [1. С. 6].

Чаще всего качество жизни входит в теории, осмысляющие состояние современных обществ на теоретико-эмпирическом уровне, что придает выводам не только более точный характер, но и практическую направленность. Для получения эмпирической базы разрабатывается система показателей и соответствующая методика обработки результатов. Качество жизни становится важнейшей составной частью теорий «человеческого капитала», «эндогенного роста», «расширения человеческого выбора», «развития человеческого потенциала» («человеческого развития»), «устойчивого развития». Перечисленные и другие близкие к ним по содержанию теории, формулируются в западной социологии с целью выявления путей, целей и средств оптимизации функционирования развитых в промышленном отношении стран, а также для осмысления современных социальных глобальных проблем.

Спецификой социологического подхода к изучаемой проблеме состоит в том, что она отличается своей социальностью, детерминированностью социальных процессов и взаимосвязей в механизме самоидентификации и его влиянии при анализе такого важного явления как социальное самочувствие.

Социальное самочувствие — своего рода «говорящий» или даже «кричащий» феномен, поскольку показывает общее состояние индивидов, сигнализирует о наличии острых проблем, выступает показа-



телем результативности проводимых реформ. Социальное самочувствие выступает серьезной общественной силой, которая во многом определяет ситуацию в обществе, степень напряженности и конфликтности, уровень зрелости социально-экономических, социально-политических и духовных отношений.

Социальное самочувствие находится в прямой зависимости от пола, возраста, места жительства, вероисповедания, профессиональной принадлежности, полученного образования, однако все данные характеристики оказывают влияние на индивида через призму именно его самоидентификации. При анализе социального самочувствия его можно трактовать как субъективное благополучие, которое определяется как «широкая категория феноменов, заключающихся в эмоциональной реакции людей, их удовлетворенности отдельными сферами жизни, а также в их суждениях о качестве жизни в целом» [10]. Оно отличается от такого показателя как «настроение» или «эмоциональное состояние» своей относительной устойчивостью во времени.

Содержательно в субъективном благополучии выделяются два основных компонента: аффективный и когнитивный. Аффективная составляющая представляет собой оценку своей жизни, которая даётся на основе эмоций и чувств, в то время как когнитивная составляющая выступает как рациональная оценка, полученная при сравнении своей жизни и идеальной жизни.

Субъективное благополучие - это своего рода ощущение индивидом счастья и удовлетворенности

условиями жизни. Счастье отражает оценку социальной стороны жизни людей (наиболее тесно показатель счастья связан с удовлетворенностью семейной жизнью, социальными связями), в то время как удовлетворенность жизнью выступает как интегральный показатель оценки внешней стороны жизни людей (удовлетворенность положением в социальной структуре, материальным положением и другими факторами достижений). Удовлетворенность жизнью, в отличие от счастья, в наибольшей степени зависит от социетальных условий и изменений в политической, экономической и социальной сфере жизни страны.

Субъективное благополучие выражается через такие показатели, как удовлетворенность жизнью, уверенность в будущем, субъективная оценка здоровья, уровень тревожности, а также идентификация индивидами своего положения в экономическом, правовом и метасоциальном пространствах.

Так, слабо связаны с уровнем благополучия и удовлетворенности жизнью такие факторы как возраст, образование, национальность. Не очень значимыми для объяснения уровня удовлетворенности отдельных людей оказались и такие социальные параметры, как участие на рынке труда, участие в общественной жизни, социальные связи. В развитых западных странах несколько большее значение имеют личностные качества людей - их социальная адаптированность, физическая активность, энергетика, психологическая устойчивость.

Данная проблема также особенно актуальна для нашего общества из-за того, что в условиях социаль-



ных трансформаций российского общества актуальным становится проблема социального самоопределения личности. Глобальные перемены в жизни российского общества создали уникальные механизмы формирования новых идентификаций в обществе, возросла потребность в отнесении себя к чему-либо, что и привело к идентификационному синдрому, благодаря которому возросла способность формирования новых механизмов социогрупповых идентификаций, а именно активизировался процесс социальной идентификации личности. В отличие от общественного настроения, на социальное настроение влияют не общественно-политические процессы, а конкретные проявления социальных проблем жизни общества. Оно отличается своей неоднородностью, т.е. у разных слоёв общества оно разное.

Для того, чтобы раскрыть социальный механизм влияния социально-экономического положения населения на ощущаемое ими качество жизни необходимо определить теоретическое понимание этой структуры.

Среди концепций теоретико-эмпирической направленности с точки зрения теоретической и методической разработанности следует выделить несколько концептуальных подходов – социально-экономический, структурно-функциональный и концепцию «ощущаемого» качества жизни.

Социально-экономический подход к пониманию качества жизни начал развиваться с начала XX, когда английский экономист А. Пигу в работе «Экономическая теория благосостояния» впервые ввел

термин «качество жизни» при анализе индивидуального благосостояния, элементы которого образуют качество жизни [3]. Развитие социально-экономического подхода к пониманию качества жизни населения получило в ряде работ. В них оно понимается как интегрированная характеристика уровня и условий жизни населения. Оно включает в себя совокупность параметров жизнедеятельности человека, обеспечивающих ту или иную степень удовлетворения его материальных и духовных потребностей и интересов с точки зрения соответствия существующим общественным нормам условий труда и отдыха, жилищных условий, социальной обеспеченности, среды обитания и т.д. Качество жизни выражается в количестве и качестве потребляемых человеком благ и услуг. Форрестер Д. рассматривал качество жизни как меру развития человеческого общества и формулирует четыре основных фактора повышения качества жизни [6]. Джон Гэлбрейт определил качество жизни как возможность потребления благ и услуг. Качество жизни отражает уровень материального благосостояния индивида, а также его способность воспроизводить и увеличивать своей материальный достаток [11. С. 354]. Уолт Уитмен Ростоу рассматривал качество жизни как цель человека по повышению показателей в области образования и здравоохранения, отдыха, борьбой против бедности и неравенства [4].

Однако социально-экономический подход имеет свои ограничения в эмпирическом объяснении состояния качества жизни, так как для её оценки используются



только объективные показатели, характеризующие экономическое и социальное положение индивида. Качество жизни тем выше, чем больше количество и выше качество потребляемых индивидом материальных и духовных благ. При социально-экономическом понимании качества жизни оно определяется как удовлетворение потребностей индивида. При этом социальная роль индивида не рассматривается. В то же время состояние объективных показателей, характеризующих экономическое и социальное положение индивида, не однозначно связано с его удовлетворенностью жизнью, они не могут в полной мере объяснить восприятие качества жизни. В них не учитывается характер стремлений, ожиданий и личных потребностей людей.

Социально-психологический анализ свидетельствует о том, что качество жизни индивида таково, каким он его воспринимает и ощущает с точки зрения выполнения своей социальной роли. Как справедливо указывает А.И. Субетто, «рост материального достатка необходим не сам по себе, а как средство повышения удовлетворенностью человека жизнью, возможностью выполнять свои роли в обществе. Анализ показал, что удовлетворенность жизнью зависит от экономических условий на 40% и на 60% - от психологических факторов».

Социальная роль индивида лежит в основе структурно-функционального подхода к пониманию качества жизни. В его рамках качество жизни рассматривается широко - как состояние оптимальной возможности индивида эффективно выполнять свои роли

и задачи, для которых он был социализирован. Однако такое понимание носит скорее концептуальный характер и требует специального теоретического наполнения, необходимого для разработки концептуальной модели социологического исследования качества жизни.

В снятом виде характер стремлений, ожиданий и личных потребностей людей учитывается в рамках концепции «ощущаемого» качества жизни. Причем она опирается на концепцию структурного функционализма для определения общего критерия оценки качества жизни. Концепция «ощущаемого» качества жизни рассматривает его как субъективное состояние индивида, являющееся результатом существующих условий для удовлетворения его потребностей. Качество жизни индивида таково, в какой мере ощущаемые им физические, интеллектуальные, эмоциональные и волевые возможности позволяют ему трудиться и общаться, т.е. не препятствуют выполнению социальной роли. При этом восприятие таких возможностей определяется с точки зрения самого индивида, т.е. субъективно. Качество жизни тем выше, чем большими возможностями обладает индивид для выполнения своей социальной роли. В рамках данной концепции существуют различные теоретико-методологические подходы к оценке этого явления. Ангус Кэмпбелл связывает качество жизни с субъективным восприятием благополучия жизни индивида. Немаловажную роль играют удовлетворенность материальным положением, уровнем самооценки и межличностными отношениями [8.





С. 13-14]. Ангус Кэмпбелл и его коллеги Филипп Конверс и Уиллард Роджерс отмечают, что уровень удовлетворенности «ощущаемым качеством жизни» выявляется при расхождении между притязаниями индивидов и уровнями их удовлетворения [9].

Социологический подход помогает нам выделить определенный набор понятий, характеризующих качество жизни, а именно: качество питания, качество одежды, комфорт жилища, качество здравоохранения, образования, сферы обслуживания, окружающей среды, досуга и др. Мы можем заметить, что некоторые понятия, используемые в социологической концепции, уже были заявлены в рамках экономического подхода, однако далеко не все. Появились и новые параметры, позволяющие рассмотреть новые аспекты качества жизни, поэтому социальный и экономический подходы, объединенные в социально-экономическую концепцию, позволяют достаточно разносторонне описать феномен качества жизни.

Исходным пунктом жизнедеятельности человека выступает созидательная жизнь. Она выступает, с одной стороны, как необходимость, а с другой - как внутренняя человеческая потребность. Следовательно, важнейшей характеристикой социально-трудовой и производственной деятельности человека являются сложившиеся в обществе отношения к труду, удовлетворенность трудом, отражающая достигнутый уровень научно-технического прогресса.

Степень и удовлетворение материальными и духовными ценностями, а, следовательно, повсе-

дневной жизнью характеризуется потребительской жизнью. «Потребительская жизнь или деятельность человека и общества по удовлетворению собственных потребностей и интересов характеризуется, прежде всего, достигнутым уровнем благосостояния, а также способностью человека и общества воспроизводить свой материальный достаток и преумножать его (рост производства, развитие экономики, совершенствование окружающей среды и др.)». «Семейно-родовая жизнь - это сохранение и воспроизводство жизни и здоровья человека, воспроизводство человеческого рода, а также такие демографические характеристики населения, как семейная жизнь, браки, разводы, рождаемость, смертность, естественный прирост, продолжительность жизни». «Обеспечение здорового образа жизни и воспроизводства человеческого рода зависит от ряда причин: качества медицинского обслуживания, комфорта пребывания человека в окружающей среде, улучшения экологии среды» [2. С. 220].

Проявление гражданской позиции характеризуется социокультурной жизнью индивида, поэтому огромное значение придается получению образования и формированию культуры.

Развитие и удовлетворение этических, эстетических, интеллектуальных и религиозных способностей характеризуется духовной жизнью человека. «Удовлетворенность духовной жизнью связана с такими нравственно-психологическими сторонами жизни человека, как проявления любви и дружбы, вера в высокие идеалы и



надежда на лучшее будущее, толерантное отношение к инакомыслию других людей и социальных групп, вопросы веротерпимости и религиозного сознания. Духовная жизнь отражает отношение человека к окружающей действительности и формирует его духовные ценности, понимание добра и зла, хорошего и плохого, прекрасного и безобразного» [2. С. 221].

**Методология.** Эмпирическое исследование влияния социально-экономических параметров на ощущаемое качество жизни российского населения проводилось на основе интегральной концепции исследования. Был применен метод анкетного опроса<sup>5</sup>. Выборочная совокупность численностью 1803 человека была сформирована методом квотно-случайного отбора и обеспечивала представительность результатов исследования ко всему взрослому населению России от 18 лет и старше, во-первых - по полу; во-вторых - возрасту; в-третьих - по социальному статусу; в-четвертых - по территориальному расселению: в региональном разрезе, в разрезе город-село и в разрезе трех типов городских поселений (1 млн. чел. и больше, от 100 до 499,9 тыс. чел., меньше 100 тыс. чел.).

В структуру выборочной совокупности вошли 22 области, края, республики и города Российской Федерации - Москва, Санкт-Петербург, Московская, Смоленская, Ярославская, Липецкая, Томская, Иркутская, Новосибирская, Свердловская, Волгоградская, Са-

марская, Нижегородская, Саратовская, Ростовская, Мурманская области, Алтайский, Краснодарский, Красноярский, Ставропольский края, республики Башкортостан и Татарстан, - представляющих ее основные территориальные зоны. В каждом субъекте России опрос проводился в соответствии с его социально-поселенческой структурой: в центральном городе, в районном городе и в сельских населенных пунктах (49% - в центральных городах, 28% в районных городах, 23% в сельских населенных пунктах). Районные города и сельские населенные пункты отбирались случайным образом. Таким образом, обеспечивался высокий уровень представительности ко всему взрослому населению России ( $\pm 3,5\%$ ). В ходе эмпирического анализа результатов исследования решались несколько задач. Во-первых, определялось социально-экономическое состояние взрослого населения России. Во-вторых, необходимо было раскрыть характер влияния социально-демографических, социально-образовательных и социально-экономических факторов на состояние ощущаемого качества жизни.

**Результаты и дискуссия.** На основе выбранного нами подхода, мы можем выделить ряд важных понятий, характеризующих исследуемое явление: здоровье, образование, питание, уровень доходов, плотность населения и т. п. Анализ параметров ощущаемого качества жизни российского населения показал, что их состояния находятся на различном уровне относительно наилучшего возможного состояния. Респондентам задавался вопрос как бы они оценили состояние сво-

<sup>5</sup> Грант на реализацию научного проекта №19-011-00548 «Влияние качества жизни на формирование ценностной структуры населения России». Конкурс А.



его здоровья сейчас и каким оно было год назад. По сравнению с прошлым годом оно несколько ухудшилось. Как хорошее сейчас его оценили почти половина респондентов (47,1%), в то время как год назад эту оценку дали 55,6% опрошенных. Как «отличное» свое здоровье оценивают всего лишь 7,5%, как «очень хорошее» 13,1% и почти треть населения оценивают свое здоровье как «посредственное» (28,5%), «несколько хуже, чем год назад» ответила также значительная часть опрошенных (24%), а «значительно лучше, чем год назад» только 5,3%.

Стоит отметить, что этот показатель в период с 2002-2012 годы постоянно увеличивался, достигнув в 2012 году значения 60,75% и став выше на 5,31%. Скорость этого положительного изменения является ниже средней по сравнению с изменением других показателей ощущаемого качества жизни российского населения. Увеличение уровня ощущаемого общего здоровья в течение последних 17 лет было равномерным. С 2002 по 2008 год он повысился на 2,77%, с 2008 по 2012 год – на 2,54%. Скорость увеличения этого уровня за последние 7 лет практически не изменилась, но и не выросла. Ощущаемое качество жизни российского населения в целом росло быстрее, чем увеличивался уровень ощущаемого им общего здоровья [7]. Но данная оценка касалась личного здоровья в целом, поэтому важным представлялось провести анализ отдельно восприятия физического и эмоционального здоровья.

Поэтому вторым по значимости показателем была оценка физиче-

ского состояния. В целом можно резюмировать, что респонденты в большей степени положительно оценили свое физическое здоровье: только практически каждый пятый опрошенный ответил, что из-за своего физического состояния «ему пришлось сократить количество времени, затрачиваемого обычно на работу или другие дела» (18,8%), в тоже время каждому третьему «пришлось выполнить меньший объем работы, чем они хотели» (31,9%), «пришлось потратить больше усилий на выполнение своих профессиональных обязанностей или другой деятельности» 27,5%, а «были ограничены в выполнении какого-либо одного вида деятельности» 23,8% респондентов. Сравнивая данный показатель с ранее полученными данными, можно сказать, что уровень физического здоровья по оценкам самих респондентов в течение 10 лет постоянно и равномерно повышался, достигнув в 2012 году значения 80,9% и увеличившись на 5,01%. При этом скорость его повышения была ниже средней по другим показателям качества жизни (6,4%), и в целом на неё не повлиял экономический кризис, начавшийся в 2008 году в России [7]. Следовательно, физическое здоровье российского населения находилось в течение 10 лет в хорошем состоянии, обеспечивая очень высокий уровень ощущаемой им физической активности, и этот уровень постоянно повышался - люди могли выполнять все более высокие физические нагрузки, величину которых их самочувствие не ограничивало. Но полученные данные говорят о небольшом снижении этого показателя в 2019 году и, скорее



всего, это может быть связано именно с социально-экономическими параметрами качества жизни.

При анализе эмоционального состояния в целом ответы респондентов близки с оценкой физического состояния, но несколько выше в целом: «пришлось сократить количество времени, затрачиваемого на работу или другие дела» указали 25,2% (на 7% выше по сравнению с оценкой физического состояния), практически одинаковое количество ответов мы получили на ответ, что «они выполнили меньший объем работы, чем хотели» (32,9%), а «выполняли свою работу или другие дела не так аккуратно, как обычно» почти каждый третий опрошенный 28,1%. При сравнении полученных данных ощущаемой роли эмоциональных проблем в ограничении жизнедеятельности населения, можно отметить, что значение этой роли в течение 17 лет постоянно понижалось, достигнув в 2012 году 69,6% и уменьшившись на 8,94%. Скорость этого положительного изменения является одной из самых высоких по сравнению с другими показателями ощущаемого качества жизни российского населения. Уменьшение значения ощущаемой роли эмоциональных проблем в ограничении жизнедеятельности российского населения в течение 17 лет было неравномерным. С 2002 по 2008 год оно понизилось на 8,14%, с 2008 по 2012 год – только на 0,8%, т.е. примерно в 10 раз меньше. Скорость уменьшения значения этой роли за 10 лет сильно упала, т.е. по существу это уменьшение прекратилось, что было связано с экономическим кризи-

сом, начавшимся в 2008 году в России. Он привел к тому, что в условиях этого кризиса эмоциональные переживания усилились, и они повысили значение ощущаемой роли эмоциональных проблем в ограничении жизнедеятельности российского населения. С 2008 по 2012 год, а также к 2019 году уменьшение значения этой роли по существу прекратилось, и её состояние стало примерно равным среднему значению качества жизни российского населения в целом. Тем не менее, скорость уменьшения значения этой роли была высокой. Следовательно, за 17 лет эмоциональное здоровье российского населения повышалось – эмоциональные проблемы все меньше мешали людям выполнять свои профессиональные обязанности и другие дела, меньше ограничивали их деятельность.

В целом, при анализе того, насколько физическое или эмоциональное состояние в течение последних четырех недель мешало респондентам обычному общению с семьей, друзьями, соседями или в коллективе, мы видим положительную динамику: почти половина опрошенных (48,6%) ответили, их состояние «совсем не мешало общению», каждый третий (31,5%) отметил, что «немного мешало», «умеренно мешало» отметили 14,7%, «сильно и очень сильно мешало» указали всего лишь 5,3% респондентов. Полученные данные указывают на положительную динамику по сравнению с тем, каким были эти ощущения 10 лет назад, причиной которых явился экономический кризис, начавшийся в 2008 году в России. Он привел к тому, что люди сократили обычное об-



щение с друзьями, соседями и коллегами по работе в свободное время, посещение с семьей культурных мероприятий, поездки на отдых. Сейчас же можно резюмировать, что социальное здоровье российского населения, – желание и способность общаться с окружающими людьми, – в среднем находится в очень хорошем состоянии, обеспечивая высокий уровень ощущаемой ими социальной активности.

Следующим важным вопросом являлся анализ настроения респондентов. Им был задан вопрос как они себя чувствовали и каким было их настроение в течение последних 4 недель, какие у них были субъективные ощущения. Чувствовали себя «бодрыми и полными сил большую часть времени» только 36,4% респондентов, в то же время «иногда и редко» это отметили почти также каждый третий 29,9%; «сильно нервничали» 27,3%, в то время как «ни разу или редко нервничал» 38,3%; «чувствовали себя подавленными» меньшая часть опрошенных 19,1%, в то время «ни разу не чувствовали себя подавленными» 29%; «измученными» себя чувствовали большую часть времени 19,2%, редко или ни разу большая часть респондентов (59,4%); а вот «счастливыми» себя чувствовали практически все время 59,5%, ни разу не чувствовали себя счастливыми только 3,6% респондентов; и «чувствовали себя полными сил и энергии» большую часть времени 60,7% в отличие от тех, кто «ни разу или редко чувствовали себя полными сил и энергии» 4,1%.

Исходя из полученных данных, можно сделать вывод, что уровень

ощущаемого жизненного тонуса, – количество времени, которое человек ощущал себя бодрым и полным сил вызывает хорошую уверенность для формирования достойного качества жизни. Этот уровень в течение 17 лет постоянно увеличивался, достигнув в 2012 году значения 59,9% и став выше на 5,4% по сравнению с данными до 2008 года. Увеличение уровня ощущаемого жизненного тонуса в течение 17 лет было неравномерным. С 2002 по 2008 год он повысился на 4,38%, с 2008 по 2012 год – только на 1,1%, примерно в 4 раза меньше. Скорость увеличения этого уровня за 9 лет упала [7]. На неё повлиял экономический кризис, начавшийся в 2008 году в России. Он привел к тому, что в этот период возрастали роль физических и эмоциональных проблем, психическое напряжение среди российского населения, поэтому люди меньше времени чувствовали себя бодрыми, полными сил. В целом к 2019 году уровень ощущаемого жизненного тонуса российского населения стал выше, чем 10 лет назад. Социальное настроение является ещё и фоном, который «окрашивает» жизнь людей, показывает с высокой степенью вероятности направленность их поведения и помогает спрогнозировать возможность усиления позитивных и ослабления негативных аспектов общественного сознания [5. С. 12].

**Выводы.** Результаты социологического исследования ощущаемого качества жизни российского населения показывают, что с 2002 по 2019 годы оно постоянно росло. Ощущаемое качество жизни и социально-экономическое состояние влияет на формирование качества



жизни в целом. Уменьшилось расхождение по ощущаемому качеству жизни среди российского населения, при этом для групп населения с низким и очень низким ощущаемым качеством жизни по большинству его составляющих оно или не менялось, или ухудшалось. Эти группы населения ниже опускались на «дно» по состоянию ощущаемого качества жизни. А специфика социального настроения состоит в том, что оно отражает действительность, исходя из содержания устойчивых интересов, целей и идеалов индивидов, социальных групп. Данная преломленная действительность определяет целеполагающую деятельность субъекта, постановку им важнейших целей в жизни. Именно поэтому социальное настроение участвует в регулировании как отдельных поступков, действий людей, социальных групп, так и демонстрирует их ценностные ориентации и установки, умонастроения и мироощущения.

Однако нередко социальные цели людей не могут осуществляться из-за того, что отсутствуют возможности их удовлетворения. От этих противоречий зависит психофизиологическое и эмоциональное состояние людей. Поэтому социальное настроение напрямую зависит от степени разрешаемости социальных проблем, противоречий, удовлетворения социальных интересов и потребностей.

Эмоциональное состояние и ценностные характеристики зависят не только от личных установок и ориентаций индивида, но и от внешних событий – от общественных условий, от действий окружающих, которые передают или внушают определённые настроения.

При этом каждый человек имеет разную степень приятия или неприятия информации о социальной среде.

Один из самых больших вкладов в повышение ощущаемого качества жизни российского населения оказало уменьшение роли эмоциональных проблем в ограничении его жизнедеятельности, т.е. эмоциональные проблемы стали меньше ограничивать повседневную деятельность людей. Они стали более эмоционально устойчивыми. Повышение уровня физической активности, социальной активности, общего здоровья и жизнеспособности в течение 10 лет происходило намного медленнее, чем вышерассмотренных двух составляющих. Главным образом, в докризисный период – с 2002 по 2008 год.

Проведенный анализ результатов исследования показывает то, какие первоочередные задачи необходимо решить для повышения ощущаемого качества жизни российского населения в настоящее время и в ближайшей перспективе. В первую очередь необходимо повысить уровень социального здоровья российского населения, создать условия для появления у него чувства спокойствия. Для решения данной задачи требуется обеспечить политическую и экономическую устойчивость в развитии российского общества и государства, повышение уровня его духовного и материального благополучия. Это снизит уровень социального напряжения в обществе, беспокойство людей за свое настоящее и будущее. Не менее важно снизить объем субъективных болевых ощущений российского населения. Эти ощущения возникают у





людей в связи с низким доходом на одного члена семьи, неуверенностью в сохранении своей работы. Повышение уровня заработной платы, пенсий в настоящее время и обоснованных ожиданий этого в перспективе позволит, во многом, уменьшить объем субъективных болевых ощущений людей. Наряду с этим требуется повысить уровень медицинского обслуживания в России, уменьшить коммерческую медицинскую нагрузку на людей, тем самым, обеспечит повышение ощущаемого качества жизни в целом.

#### Примечание

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований в рамках научно-исследовательского проекта №19-011-00548 Конкурс А. «Влияние качества жизни на формирование ценностной структуры населения России».

#### Литература

1. Аверин Ю.П., Сушко В.А. Концепции качества жизни в современных социологических теориях / // Известия Саратовского университета. Нов. сер. Социология. Политология. 2019. Т. 19, вып. 1. С. 4–11.
2. Васильев А. Л. Россия в XXI веке. Качество жизни и стандартизация. М.: РИА «Стандарты и качество», 2003. – 440 с.
3. Пигу А. Экономическая теория благосостояния. В 2-х томах. - М.: Изд-во Прогресс. 1985. – 512 с. – (Экономическая мысль Запада).
4. Росту Уолт У. Политика и стадии роста. - М.: Прогресс, 1973. – 208 с.

5. Тощенко Ж. Т., Социальное настроение / Ж. Т. Тощенко, С. В. Харченко. – М.: Academia, 1996. – 196 с.

6. Форрестер Д. Мировая динамика: Пер. с англ/ Д. Форрестер. – М: ООО «Издательство АСТ; СПб.: Terra Fantastica, 2003. – 379 с.

7. Averin Y.P., Sushko V.A. Quality of life and well-being of Russians citizens: A comparative analysis // *Espacios*. Vol. 40 (Number 24), 2019.

8. Campbell, A. (1981) *The Sense of Well-being in America: Recent patterns and trends*. NY.

9. Campbell A., Converse P.E., Rodgers W.L. (1976) *The Quality of American Life*. NY.

10. Diener E., Suh E.M., Lucas R., Smith H. Subjective well-being: three decades of progress // *Psychological bulletin*. – 1999. Vol. 125, No. 2. – P. 276-302. по Н.В. Андреевкова. Сравнительный анализ удовлетворенности жизнью и определяющих ее факторов. Электронный ресурс [http://wciom.ru/fileadmin/Monitoring/9\\_9/2010\\_5%2899%29\\_13\\_Andreenevov\\_a.pdf](http://wciom.ru/fileadmin/Monitoring/9_9/2010_5%2899%29_13_Andreenevov_a.pdf) (дата обращения: 11.08.19).

11. Galbraith J.K. *The Affluent Society*. Boston: Houghton Mifflin Company. 1958.

#### Socio-economic condition and performed quality of life of the population of Russia

Sushko V.A.

Moscow State University M.V. Lomonosov

The article considers the perceived quality of life and the socio-economic state of the Russian population. During the second half of the 20th century, the "quality of life" evolved from a vague, unformed scientific expression to a scientific concept that is part of many theories. During most of this period, the development and analysis of this category were carried out mainly in





Western science. In the USSR, the term "lifestyle" was especially popular. This period of time includes a large number of works devoted to the lifestyle of the working class, production collective, etc. The "lifestyle" replaced the rejected concept of "quality of life". In the early 90's "quality of life" is actively included in Russian social science and, in a short time, it becomes popular in almost all social and humanitarian sciences.

Based on the All-Russian Sociological Study conducted in 2019, the relation of the socio-economic status of citizens and their quality of life is shown.

**Key words:** quality of life, socio-economic status, value structure, satisfaction with the quality of life, social well-being.

**References**

1. Averin Yu.P., Sushko V.A. Concepts of quality of life in modern sociological theories // News of Saratov University. New ser. Sociology. Political science. 2019. Vol. 19, no. 1, pp. 4–11.
2. Vasiliev A. L. Russia in the XXI century. Quality of life and standardization. M.: RIA "Standards and Quality", 2003. - 440 p.
3. Pigou A. Economic theory of welfare. In 2 volumes. -M.: Progress Publishing House. 1985. -- 512 s. - (Economic thought of the West).
4. Rostow Walt W. Politics and stages of growth. - M.: Progress, 1973. - 208 p.
5. Toshchenko Zh. T., Social mood / Zh. T. Toshchenko, S. V. Kharchenko. - M.: Academia, 1996. -- 196 p.
6. Forrester D. World dynamics: Per. with English / D. Forrester. - M: LLC Publishing House AST; St. Petersburg: Terra Fantastica, 2003. -- 379 p.
7. Averin Y.P., Sushko V.A. Quality of life and well-being of russians citizens: A comparative analysis // Espacios. Vol. 40 (Number 24), 2019.
8. Campbell, A. (1981) The Sense of Well-being in America: Recent patterns and trends. NY.
9. Campbell A., Converse P.E., Rodgers W.L. (1976) The Quality of American Life. NY.
10. Diener E., Suh E.M., Lucas R., Smith H. Subjective well-being: three decades of progress // Pshychological bulletin. - 1999. Vol. 125, No. 2. - P. 276-302. by N.V. Andreenkova. A comparative analysis of life satisfaction and its determining factors. Electronic resource [http://wciom.ru/fileadmin/Monitoring/99/2010\\_5%2899%29\\_13\\_Andreenkova.pdf](http://wciom.ru/fileadmin/Monitoring/99/2010_5%2899%29_13_Andreenkova.pdf) (accessed date: 08/11/19).
11. Galbraith J.K. The Affluent Society. Boston: Houghton Mifflin Company. 1958.



## Изменение места и роли некоммерческих организаций в цифровую эпоху

Трескин П.А.

В работе рассматриваются условия развития некоммерческих организаций в цифровом обществе. Анализируются механизмы конструирования функций, задач и способов их реализации в виртуальном пространстве. В работе приводятся результаты качественного исследования оценки роли некоммерческих организаций в современном виртуальном обществе.

**Ключевые слова:** цифровое общество, виртуальные сообщества, публичность пространства, некоммерческие организации, новые технологии.

Интернет меняет наш мир. Виртуальное общество существенно расширяет границы и представления о нормах, формах и механизмах работы некоммерческих организаций. Некоммерческий сектор перестает быть замкнутым пространством. Более актуально говорить о потоке социальных, экономических, политических и иных технологий и инструментов, формирующих микс социальных технологий работы некоммерческого сектора в современной России. Формируются новые рамки публичности социально-активного пространства, имеющего аналог в виртуальном пространстве. Более того, само виртуальное пространство изменяет контекст работы некоммерческих организаций в России.

В виртуальном пространстве дополнительно стираются национально-религиозные, финансово-прагматические, культурно-политические и другие особенности участников различных сообществ, так же как и границы людей и сообществ, государств и ценностей [1,3]. Формируются новые смысловые контексты, опирающиеся не на ценности традиционных культурных практик и норм, привычных стратегий социального обслуживания некоммерческих организаций, а новые условия жизни и социализации в глобализирующемся обществе. Цифровые медиа стерли существующие границы социально-реабилитационных, терапевтических, социозащитных и иных ареалов работы некоммерческих организаций. В связи с этим, публичная сфе-



ра становится местом соединения виртуального и реального пространства.

Виртуальные публичные пространства создают новые условия и формы для развития некоммерческих организаций. Так как оно уже выступает жизненным пространством для многих людей и организаций [2]. И соответственно, реализация и удовлетворение своих социальных и личных потребностей через работу третьего сектора также будет расширяться. В работах автора уже проводился анализ деятельности некоммерческих организаций байкальского региона [4,5,6]. Данная работа направлена на представление более широкой сферы исследования некоммерческих организаций в рамках цифровизации общества.

В результате проведенного нами в 2019 году исследования, среди руководителей и сотрудников некоммерческих организаций Сибирского федерального округа (Иркутская область, Красноярский край, Республика Хакасия, Алтайский край) и Дальневосточного Федерального округа (Республика Бурятия, Забайкальский край, Хабаровский край, Приморский край) в количестве 128 человек, мы выяснили изменения в оценке и применении виртуальных возможностей сети Интернет в работе некоммерческих организаций.

Уже сегодня социально ориентированные некоммерческие организации трансформируют характер и род своей деятельности в сфере распространения информации (34%), характера и формы проведения мероприятий (32%), способа поиска участников, сотрудников (21%) и даже финансов (9%) для собственного функционирования.

Говоря о *распространении информации*, руководители неком-

мерческих организаций указывают на разные аспекты: от рекламы собственной организации, до актуальных проблем, решаемых в результате ее деятельности.

*Сегодня социальные сети являются самым широким пространством для информирования населения о предстоящих мероприятиях, возможна подписка, предварительный список участников, создание мотивационного письма или же наоборот – распространение важной информации, которая может заинтересовать потенциального участника того или иного события* (М.Н., Красноярский край, руководитель правозащитной организации).

*Экологические некоммерческие организации сегодня достаточно активно работают в сети Интернет, все мероприятия отражаются на новостных лентах вещей как региональных, так и всероссийских СМИ, а актуализацию данной информации обеспечивают экологические некоммерческие организации. Информирование населения по экологической обстановке, вне зависимости – горят ли леса Сибири и Дальнего востока или наводнения сносят целые города (например, Тулун, летом 2019 года) или же загрязнение Байкала выбросами с БЦБК – полностью лежит на нас* (Л.Н., Иркутская область, руководитель экологической организации).

*Сегодня без информационной поддержки в сети Интернет, считай что и не было самого мероприятия. Как власть, так и фонды – реагируют только на публичное обсуждение в Интернете того или иного мероприятий, и чем больше обсуждений – тем лучше. Поэтому, нынче любое, даже самое маленькое событие – является поводом для информационного сообщения на*



сайте, в социальных сетях, и если повезет на сайте Администрации (Д.Ю., Забайкальский край, руководитель корейской диаспоры).

Указывая на характер и формы проведения мероприятий, руководители НКО также указывали как о рекламно-информационной составляющей (т.е. Интернет выступает пространством распространения информации), так и о проведении мероприятий только в он-лайн формате (от консультаций, до акций, подписей прочего).

Создание виртуальных площадок для проведения экскурсий в музеях города или открытых музеях – это форма развития просвещения и проведения социокультурных мероприятий не привязаны к месту и времени. Некоммерческие организации продвигают подобные технологии, адаптируя и применяя в локальных рамках, потом они становятся механизмом работы государственных и коммерческих организаций. Мы – пионеры развития! (О.О., Хабаровский край, руководитель национально-культурного центра).

Сегодня практически все правозащитные и социозащитные некоммерческие организации проводят он-лайн консультации по защите прав человека, информируют о той или иной опасности, ведут открытые чаты или форумы, где видна динамика диалога и есть возможность всем принять участие в обсуждении (Н.Д., Республика Бурятия, руководитель национально-религиозной правозащитной организации).

Открытый диалог сегодня возможен благодаря социальным сетям, которые позволяют без оговорок принять участие в обсуждении любого вопроса и найти тех, кто может дать реальный совет (М.Н., Приморский край, ру-

ководитель военно-патриотической некоммерческой организации).

Способ поиска участников проектов, добровольцев и сотрудников некоммерческих организаций в сети Интернет выступает как форма максимального освещения потребности и привлечения внимания большого количества людей, так и инструмент при минимуме усилий – получить максимум эффекта (замотивированных волонтеров или активных сотрудников).

Освещение в Интернете всех мероприятий нашей организации показывает ее высокую активность в региональном сообществе, что повышает интерес к ней как со стороны органов власти, так и со стороны общественности, что увеличивает количество волонтеров и повышает мотивацию сотрудников (П.А., Алтайский край, руководитель некоммерческой организации инвалидов).

Волонтеров всегда проще найти, когда организация на слуху. Поэтому, всегда начинаем заранее ПР-ить наши мероприятия, чтобы привлечь внимание общественности и найти волонтеров (М.А., Иркутская область, руководитель образовательной некоммерческой организации).

Активные, интересные, креативные сотрудники приходят в том числе и после информации в сети Интернет о ранее проведенных мероприятиях или предстоящих. «Нужные люди» – это редкость, но Интернет расширяет возможности по их поиску (Е.Н., Республика Хакасия, руководитель национально-культурного центра).

Поиск финансирования через Интернет осуществляется как через он-лайн переписку, так и через различные франчайзинговые технологии формирования пула по-



тенциальных спонсоров или меценатов проектов и мероприятий.

*Интернет с одной стороны обеспечивает информационное присутствие некоммерческой организации в регионе, что называется, позволяет ей быть «на слуху», с другой, «известным» организациям с большим доверием дают деньги меценаты, чем малопубличным. Так что – хочешь получить финансирование – пиарься, где только можно (Р.Д., Красноярский край, руководитель службы социальной реабилитации онкобольных).*

*Для получения гранта Губернатора или Президента надо быть известным в регионе, иметь упоминания на разных сайтах и СМИ. Поэтому, работать оп-тихому как раньше, не получается. Выигрывает тот, кто имеет больше событий, о ком больше говорят, о ком больше информации в сети Интернет (М.О., Приморский край, руководитель религиозного центра).*

*Франчайзинг работает. Интернет активно этому способствует. Наша организация только через социальные сети привлекает благотворительную помощь для помощи погорельцам уже пятый год подряд (Р.Г., Иркутская область, руководитель волонтерской организации помощи погорельцам).*

Большая часть руководителей (67%) полагают, что виртуальное пространство расширяет уже имеющуюся деятельность работы некоммерческих организаций. 23% говорят о том, что виртуальное пространство заменяет одну деятельность на совершенно другую. 10% говорят что, виртуальное пространство негативно влияет на деятельность некоммерческой организации, так как заставляет сотрудников заниматься новыми

формами работы, не влияющими на качество самой работы НКО.

Также 94% руководителей НКО указывают на то, что надо повышать свой уровень знаний и навыков в умении себя позиционировать в сети Интернет, так как имеются отличия он-лайн и офф-лайн продвижения некоммерческой организации. Понимание данного сектора и данной формы деятельности по новым правилам не всегда сразу понималось и принималось руководителями НКО, что приводило к провалу отдельных мероприятий или в целом работе по проектам или направлениям деятельности.

*Да мы пока разобрались, как лучше информировать население о наших событиях через социальные сети, то потеряли половину клиентов, благодаря активности конкурентов. Поэтому, мы уже ученые, пришлось найти специалиста, способного объяснить, как это лучше делать (А.Ш., Иркутская область, руководитель женской некоммерческой организации).*

*Если мы говорим о развитии любой некоммерческой организации, то работа в сети Интернет – это залог ее будущего (Р.А., Красноярский край, руководитель организации инвалидов-спортсменов).*

Таким образом, сеть Интернет трансформирует работу некоммерческих организаций, она вносит разнообразие в модели и механизмы работы, оказывает влияние на характер и формы проведения мероприятий, способы поиска участников, сотрудников и денег для работы НКО. Поэтому можно с уверенностью сказать, что виртуальное пространство изменило условия, характер и будущее некоммерческих организаций у нас в стране.

#### Литература



1. Завьялов А.В. Социокультурные проекты национально-культурных организаций Иркутской области // Социокультурная динамика Иркутской области в XX – начале XXI века материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Иркутск. ИГУ. 2017. С. 28-32.

2. Ким А.С., Полюшкевич О.А. Консолидация и дезорганизация национальных некоммерческих организаций в регионах России // Социальная консолидация и социальное воспроизводство современного российского общества: ресурсы, проблемы, перспективы материалы IV Всероссийской научной конференции. Иркутск. ИГУ. 2018. С. 86-91.

3. Полюшкевич О.А. Межсекторное взаимодействие женских некоммерческих организаций Сибирского федерального округа // Государственное управление. Электронный вестник. 2018. № 70. С. 246-263.

4. Трескин П.А. Уровень доверия населения Байкальского региона к деятельности общественных организаций // Социология. 2019. № 1. С. 163-166.

5. Трескин П.А. Роль некоммерческих организаций в социально-политическом пространстве Байкальского региона // Социология. 2018. № 2. С. 131-137.

6. Трескин П.А. Межсекторное взаимодействие некоммерческих организаций Байкальского региона // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2017. № 4 (47). С. 345-354.

7. Enterprise foreign economic activity subject-object relations providing for integration into the world

economy / Sazanov O.V., Martynenko N.K., Kireev V.S., Sulimova E.A., Sokolinskaya N.E. // *Espacios*. 2018. T. 39. № 31.

#### Changing the Place and Role of Nonprofits in the Digital Age

Treskin P.A.

Irkutsk State University

The paper discusses the conditions for the development of non-profit organizations in the digital society. The mechanisms of constructing functions, tasks and methods for their implementation in virtual space are analyzed. The paper presents the results of a qualitative study evaluating the role of nonprofit organizations in modern virtual society.

**Key words:** digital society, virtual communities, publicity of space, non-profit organizations, new technologies.

#### References

1. Zavyalov A.V. Sociocultural projects of national-cultural organizations of the Irkutsk region // Sociocultural dynamics of the Irkutsk region in the XX - early XXI century materials of the All-Russian scientific and practical conference with international participation. Irkutsk ISU. 2017. S. 28-32.
2. Kim A.S., Polyushkevich O.A. Consolidation and disorganization of national non-profit organizations in the regions of Russia // Social consolidation and social reproduction of modern Russian society: resources, problems, prospects, materials of the IV All-Russian Scientific and Practical Conference. Irkutsk ISU. 2018. S. 86-91.
3. Polyushkevich O.A. Intersectoral interaction of women's non-profit organizations of the Siberian Federal District // Public Administration. Electronic bulletin. 2018. No. 70. P. 246-263.
4. Treskin P.A. The level of confidence of the population of the Baikal region in the activities of public organizations // *Sociology*. 2019. No 1. S. 163-166.
5. Treskin P.A. The role of non-profit organizations in the socio-political space of the Baikal region // *Sociology*. 2018. No. 2. P. 131-137.
6. Treskin P.A. Intersectoral interaction of non-profit organizations of the Baikal region // *Bulletin of the Pacific State University*. 2017. No. 4 (47). S. 345-354.
7. Enterprise foreign economic activity subject-object relations providing for integration into the world economy / Sazanov O.V., Martynenko N.K., Kireev V.S., Sulimova E.A., Sokolinskaya N.E. // *Espacios*. 2018. Vol. 39. No. 31.





## Процесс инкультурации китайских студентов в образовательном пространстве российского вуза

**Беляева Е.А.**

В статье приводятся данные конкретного социологического исследования, посвященного инкультурации китайских студентов в российском вузе. Данные исследования позволяют сделать выводы по основным проблемам инкультурации китайских студентов. Среди них выделяются: толерантность к культуре принимающей стороны, осведомленность о сходстве и различиях различных культур, владение коммуникативными и языковыми умениями и навыками в социокультурном взаимодействии в среде российских вузов.

**Ключевые слова:** российско-китайское взаимодействие, инкультурация студентов, адаптация иностранных студентов, социология культуры, социально-культурная среда.

Проблема взаимодействия как одна из ключевых проблем изучения и понимания социальных систем рассмотрена и проанализирована в сфере образования, в которой осуществляется целый комплекс механизмов культуры: коммуникация, социализация, воспитание и адаптация, которая связывает воедино различные области человеческой культуры (научную, производственную, технологическую, досуговую и др.), обеспечивает их взаимопроникновение, появление новых знаний и ценностей, а также инновационный характер развития. Менталитет китайских студентов в образовательной среде российских вузов опосредован традиционной культурой Китая как совокупностью национальных ценностей, традиций, стереотипов мышления, которые складывались тысячелетиями и проявляются в практике повседневной жизни китайцев при межкультурном взаимодействии [1].

Очень важными являются первые месяцы пребывания иностранного студента в России, когда происходит его первое знакомство с российской культурой, появляются первые попытки говорить на русском языке с его носителями, а также первые трудности межкультурного диалога.

Анализ научных исследований по изучаемой проблеме показал





необходимость проведения собственного исследования, направленного на выявление особенностей социокультурного взаимодействия китайских студентов на разных этапах обучения в поликультурном образовательном сообществе на территории русскоязычного вуза. Такое исследование было проведено на базе трех екатеринбургских вузов: УрФУ, УГГУ и УрГУПС. В качестве исследуемой выборки выступили 2 группы респондентов: китайские студенты 1-2 курсов обучения на начальном этапе вхождения в новую социокультурную среду в количестве 500 человек; русские студенты совместно обучающиеся или проживающие с китайскими студентами; всего 500 человек.

В качестве методов исследования выступили: организационные методы – планирование исследования; эмпирические методы – анкетный опрос; интерпретационные методы – сравнительный и уровневый анализ результатов исследования; статистические методы – метод описательной статистики, *t*-критерий Стьюдента.

Анализ результатов исследования показывает, что на начальном этапе обучения китайские студенты характеризуются средним уровнем информационно-аналитического компонента социокультурного взаимодействия ( $M=27,6$ ), отражающего знание о культуре своего народа и других культур; мотивационно-оценочного компонента ( $M=27,9$ ), отражающего степень толерантности к представителям иной культуры, и социально-коммуникативного компонента ( $M=25,3$ ), отражающего навыки межкультурной коммуникации. Низкий уровень выявлен в от-

ношении творчески-деятельностного компонента, отражающего стремление к совместной социально-значимой и досуговой деятельности и общению с представителями иных культур ( $M=24,1$ ), что показывает недостаточный опыт совместной деятельности и досуга китайских и российских студентов на начальных этапах обучения в российских вузах.

В группе китайских студентов 1-2 курсов обучения 20% студентов показали низкий уровень знаний о культуре своего народа и других культур, не стремятся выделять сходства и отличия своей и иной культуры; такое же количество студентов продемонстрировали интолерантное отношение к представителям иной культуры, возможно переживание культурного шока, сопровождающегося эмоциональным напряжением, чувством отчуждения в силу культурных различий. 40% китайских студентов продемонстрировали низкий уровень коммуникативных и языковых умений, затрудняющих межкультурную коммуникацию; им трудно вступать в контакт и общаться с российскими сокурсниками, снижено стремление к общению на русском языке, как в учебной, так и в досуговой деятельности.

Лишь у каждого пятого студента 1-2 курсов обучения выявлен высокий уровень социокультурного взаимодействия. Для таких студентов характерны хорошие знания своей и иной культуры, хорошие коммуникативные навыки общения с российскими студентами, стремление к совместной досуговой и учебной деятельности и общению на русском языке.

На этапе окончания обучения в российских вузах выявлена иная



картина, которая демонстрирует процесс инкультурации китайских студентов в процессе обучения в социокультурных условиях российских вузов. Китайские студенты 4 курса, в отличие от студентов 1-2 курсов обучения, согласно статистическому анализу с помощью t-критерия Стьюдента, имеют статистически значимые высокие показатели компонентов социокультурного взаимодействия в пределах среднего уровня развития: информационно-аналитического компонента  $M=31,9$ ;  $t=4,1$ ,  $p<0,01$ ; мотивационно-оценочного компонента  $M=32,2$ ;  $t=4,8$ ,  $p<0,01$ ; социально-коммуникативного компонента  $M=31,7$ ;  $t=5,9$ ,  $p<0,01$ ; творчески-деятельностного компонента  $M=32,4$ ;  $t=7,7$ ,  $p<0,01$ .

В группе китайских студентов 4 курса каждый второй студент продемонстрировал высокие знания о своей культуре и культуре других народов, умеет выделять сходства и отличия своей и иной культуры, стремится к совместной с российскими студентами учебной и досуговой деятельности; 55% китайских студентов показали высокую толерантность в отношении с российскими студентами; 40% – высокие коммуникативные и языковые способности в межкультурном диалоге, при котором ориентируются на личные качества, а не на национальную принадлежность собеседника. Студентов с низким уровнем социокультурного взаимодействия на этапе окончания обучения в вузе не выявлено. Таким образом, китайские студенты на этапе окончания вуза, в отличие от студентов 1-2 курсов обучения, на статистически значимом уровне характеризуются высокой толерантностью,

высокой осведомленностью о сходстве и различиях различных культур, владением коммуникативными и языковыми умениями и навыками в социокультурном взаимодействии в среде российских вузов.

Сравнительный анализ этнокультурных особенностей менталитета России и Китая позволяет выделить те трудности, которые могут испытывать китайские студенты в процессе социокультурного взаимодействия в новой культурной среде российских вузов: незнание социальных нормативно-этических установок новой социокультурной среды; несоответствие культурных ценностей; непонимание и неоднозначное декодирование русской речи, различие методов подготовки в высших учебных заведениях в Китае; недостаточная информированность о требованиях российского вуза [2].

Одной из главных причин, порождающих сложности и противоречия в социокультурном взаимодействии китайских и российских студентов, является несоответствие ценностей родной и принимающих культур. Длительное пребывание в привычных климатических, бытовых, культурных, социальных условиях формирует определенные модели взаимодействия и коммуникативные нормы. Резкое изменение условий жизни при изменении места учебы требует применения новых правил взаимодействия с представителями инокультурной среды, которые не появляются одномоментно, а формируются в процессе вхождения в новую социально-культурную среду.

Сравнительный анализ, проведенный в исследовании показал,



что проблемы взаимодействия российских и китайских студентов проявляются в контексте адаптации иностранных студентов к новым социально-культурным и организационным условиям вузов принимающего общества, в процессе которой происходит вхождение студентов в новую культуру, постепенное освоение ее норм, ценностей, образцов поведения и прочих культурных элементов. В ходе адаптации иностранных студентов в вузе включаются универсальные, присущие любому межкультурному взаимодействию этапы: переживание автономности, ассимиляция и интеграция, каждый из которых отражает степень осознания и усвоения социокультурных ценностей нового сообщества, позволяющих соответствовать параметрам иной социокультурной среды [3].

Специфика социально-культурного взаимодействия в структуре социальной адаптации опосредована типом адаптационного поведения иностранных студентов: при инновационном типе – поиском способов наращивания социальных связей на этапе вхождения в новую среду, при конформистском типе – взаимодействием в среде «своих», необходимостью подстраиваться под требования принимающей стороны; при номинальном типе – отсутствием стремления иностранных студентов интегрироваться в принимающую культурную среду [5].

В рамках социологического исследования были выявлены основные группы факторов, оказывающих влияние на успешность адаптации, вхождения иностранных студентов в новую социально-культурную среду. Среди них вы-

деляются: бытовые условия; правовые аспекты пребывания в РФ (длительное оформление визы, сложности регистрации и т.д.); система предоставления образовательных услуг иностранным студентам (согласованность учебных планов, возможность выбора конкретных дисциплин для обучения, сложность перехода с одной образовательной программы на другую, организация курсов или дополнительных занятий по русскому языку); организация досуга с учетом инфраструктуры города; степень знания русского языка; климат.

Перед руководством вузов и ответственными лицами (международными службами, кураторами, преподавателями), принимающими иностранных студентов, встают такие задачи, как необходимость дать студенту такую информацию о России вообще, о регионе и городе пребывания, которая позволила бы ему достаточно комфортно ощущать себя в новой языковой и культурной среде, легко налаживать необходимые контакты с представителями другой нации, а также обеспечить ему условия жизни и обучения, соответствующие мировым стандартам, облегчив тем самым процесс его адаптации.

Вопросы, заданные в ходе исследования, позволяют сделать выводы, насколько успешно протекает процесс адаптации китайских студентов в вузах Екатеринбурга и, следовательно, о том, насколько системно организована работа с этими студентами.

Из общего числа вопросов, связанных с адаптацией китайских студентов, три были обращены не к личному опыту респондентов, а к



опыту их родственников, друзей или знакомых. В частности, было установлено, что 42% опрошенных имеют родственников, друзей или знакомых, которые постоянно или временно живут в России, при этом большинство из родственников, друзей и знакомых, как и сами респонденты, получают в России образование. Доли студентов, указавших, что их родственники, друзья и знакомые в России работают по найму, оказались существенно ниже (16% и 10% соответственно). На наличие же родственников, друзей или знакомых, состоящих в браке с русским человеком, вообще указали только двое опрошенных.

Большинство родственников, друзей и знакомых респондентов сталкивались с рядом трудностей, проживая в России. Самой распространенной трудностью является проблема изучения русского языка, с которой столкнулись более 40% родственников, друзей или знакомых респондентов. Треть из опрошенных отметили, что им трудно общаться и жить с русскими, что обусловлено, вероятнее всего, тем же языковым барьером. Более 10% опрошенных указали на наличие сложностей, связанных с сохранением собственных традиций и культурных ценностей в условиях другого государства. На сложности с миграционным российским законодательством и дороговизну жизни указали лишь единицы.

В ходе исследования было выявлено, сколько опрошенные китайские студенты проживают в России. 29% из них проживают в России менее года, 47% - от года до трех лет, еще 21% - от трех до пяти лет и только 3% более пяти

лет. При этом большинство из них столкнулись с теми или иными сложностями, проживая в России.

Несмотря на наличие определенных сложностей, многие китайские студенты, проживая в России, чувствуют себя вполне комфортно - на вопрос: «Комфортно ли Вам сейчас жить в РФ» 79% опрошенных ответили положительно.

Студенты, давшие отрицательный ответ, в большинстве своем отмечали в качестве причин неудовлетворенности проживанием в РФ непривычную еду и холодный климат.

Кроме того, респондентам был задан вопрос о том, чего именно не хватает им в России для комфортного проживания. Полученные данные свидетельствуют о том, что, несмотря на то, что в целом большинство студентов из КНР считает проживание в РФ вполне комфортным, для успешной адаптации почти половины из них не хватает хороших бытовых условий, к которым они привыкли на родине. Кроме того, более 40% опрошенных испытывают определенные трудности в общении с местным населением, поскольку указывают на нехватку доброжелательных отношений с русскими людьми.

Также практически каждый пятый студент из КНР указал на нехватку специальных программ взаимодействия русских и китайских студентов, которые облегчали бы процесс адаптации, а еще 17% опрошенных хотели бы более высокой активности студенческих объединений в сфере социально-культурного взаимодействия российских и китайских студентов.

В исследованиях, рассматривающих социокультурное взаимодей-



ствии китайских студентов, обучающихся в российских вузах, в первую очередь, отмечаются трудности изучения иностранного языка и коммуникаций в иноязычной социальной среде [6]. Китайские студенты при отсутствии базовой языковой подготовки испытывают сложности коммуникации, главная причина которой — дефицит общения, неспособность расшифровать культурную информацию, закодированную в невербальных коммуникативных сигналах, психологическая несовместимость с носителями культуры, неспособность понять и принять их ценности. Языковой барьер возникает прежде всего в связи с необходимостью усвоения учебной информации на языке принимающей стороны. Он также препятствует налаживанию коммуникации с другими студентами. Характерной особенностью социокультурного взаимодействия китайских студентов в России в отличие от представителей других стран (например, из африканских и арабских стран) является то, что они не стремятся быстро интегрироваться в российское общество, в известной степени, закрыты и локализованы в своей среде. Поэтому между ними и принимающей стороной постоянно сохраняется серьезный культурно-языковой барьер. Языковой барьер как проблема социокультурного взаимодействия характерен в целом для 70% - 85% иностранных студентов [7]. Согласно результатам исследования, знания русского языка оценивают на «хорошо» 9%, «могут объясняться» 66% и «плохо говорят и понимают» всего 7% китайских студентов, обучающихся в российских вузах [8]. Основное большинство китайских

студентов к концу обучения в российском вузе достигает владения языком на уровне, позволяющем осуществлять коммуникацию в профессиональной сфере и в сфере повседневного бытового общения. Владение языком на уровне, который раскрывает культурный код (ценности, паттерны поведения, регулирующие нормы) — и является необходимым условием бiculturalной личности, достигает по экспертным оценкам только четверть китайских студентов [3].

Согласно опросу китайских студентов, обучение в смешанных группах китайских и российских студентов помогло бы им усовершенствовать свои навыки русского языка, что явилось бы условием преодоления языкового барьера в социокультурном взаимодействии [9]. Однако, согласно результатам опроса российских студентов, представленным Е.Б. Попковой, наблюдается невысокая степень интенсивности контактов между российскими и иностранными студентами: 66 % студентов не ходят в гости к студентам-иностранцам, 73 % — не празднуют дни рождения и праздники совместно с иностранцами, 74 % — не ходят в кино, на дискотеки вместе с иностранными студентами, 74 % — не участвуют в совместных спортивных мероприятиях. По мнению российских студентов, во взаимодействии между большинством российских и иностранных студентов возникают трудности в общении, вызванные недостаточным знанием русского языка, непониманием шуток, молодежного слэнга китайскими студентами. Так, 31,4 % российских студентов думают, что российские и иностранные студен-



ты легко понимают друг друга в общении, 23,2 % ответили, что общаться легко, «но иногда возникают языковые барьеры, непонимание шуток», только 11,2 % студентов утверждают, что «общаться трудно, потому что иностранный студент мало знает русских слов». В общении с иностранцами 24,3% российских студентов используют сленговые выражения, иногда используют – 33,3% опрошенных, только 17,3% студентов крайне редко. При этом 36% респондентов думают, что общение с китайскими студентами эффективно, если они в своей речи используют сленговые выражения, 32,4% полагают, что «мало эффективно, так как меня не всегда понимают», 31,4% уверены, что сленг не понятен иностранцу. Таким образом, согласно результатам исследования российские студенты недостаточно включены в процесс инкультурации китайских студентов в качестве партнеров по межкультурному взаимодействию для обеспечения необходимого уровня погружения в культуру принимающего сообщества[3].

Резюмируя исследование социально-культурного взаимодействия китайских и российских студентов в образовательном пространстве российских вузов, нельзя не отметить наличие следующих проблем.

Первая проблема связана с недостаточно высокой осведомленностью студентов из КНР о реализуемых программах и проводимых мероприятиях. В частности, о наличии организаций, содействующих российско-китайскому сотрудничеству, знают 70% опрошенных студентов из РФ и лишь 46% опрошенных китайских студентов; о

совместных российско-китайских мероприятиях, направленных на развитие дружбы и партнерства в сфере культуры и образования (совместные форумы, конференции, фестивали и т.д.), осведомлены 24% студентов из КНР.

Вторая проблема заключается в недостаточной значимости для студентов из КНР участия в деятельности студенческих объединениях как канала адаптации к новым условиям жизни и обучения, а также налаживания взаимодействий с российскими студентами. Исследование показало, что студенты из КНР контактируют главным образом с теми русскими студентами, с которыми вместе проживают (отметили 40% опрошенных китайских студентов).

Наличие языкового барьера, выступает в качестве третьей проблемы. На нее указали 78% опрошенных китайских студентов. Именно это мешает им активно участвовать в различных мероприятиях, налаживать контакты с российскими студентами и дружить (61% опрошенных студентов из КНР выбрали именно этот вариант взаимодействия). Наибольшие проблемы возникают у обеих сторон культурного диалога в межличностной сфере взаимодействия (на них указали 63% опрошенных студентов из КНР) – эти проблемы и связаны, главным образом, с наличием языкового барьера, мешающего наладить эффективную коммуникацию.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что выявленные проблемы инкультурации китайских и российских студентов позволяют разработать технологии оптимизации социо-





культурного взаимодействия иностранных студентов в условиях обучения в российских вузах, что особенно актуально на начальных этапах обучения в российских вузах. Необходимо отметить, что в вузах Екатеринбурга существует положительный опыт взаимодействия российских и китайских студентов в образовательной среде, которая заслуживает распространения для оптимизации процесса вхождения иностранных студентов в новую социально-культурную среду.

#### Литература

1. Распертова С.Ю. Современные культурные стратегии Китайской Народной Республики в практике международного взаимодействия : диссертация ... кандидата философских наук : 24.00.01 / Распертова Светлана Юрьевна.- Москва, 2011.- С. 14.
2. Гребенникова И.А. Педагогическое сопровождение адаптации иностранных студентов в российском вузе : на примере китайских студентов: диссертация ... кандидата педагогических наук : 13.00.08 / Гребенникова Ирина Анатольевна.- Биробиджан, 2010.- 21 с.
3. Попкова Е.Б. Инкультурация иностранных студентов в российском вузе: институциональные условия и основные этапы : на примере ЮРГТУ (НПИ) : диссертация ... кандидата социологических наук : 22.00.06 / Попкова Евгения Борисовна.- Ростов-на-Дону, 2013.- 194 с.
4. Кравцов А.В. Социально-психологическая адаптация иностранных студентов к высшей школе России : автореферат дис. ... кандидата психологических наук : 19.00.05 / Кравцов Александр Викторович. - Москва, 2008. – С. 11-12.
5. Сухова А.Н. Социальная, академическая и культурная адаптация иностранных студентов: автореферат диссертации ... кандидата социологических наук : 22.00.04 / Сухова Анна Николаевна.- Нижний Новгород, 2013. – С. 18-19.
6. Даниленко О. И., Ли Ц., Сюй И. Адаптированность китайских студентов на разных этапах обучения в вузах России и Китая «Психологические аспекты межкультурной адаптации» / под общей ред. В. В. Калиты. Владивосток: Дальнаука, 2015. - С. 90-110.
7. Дементьева С.В. 2008. Вузы России как механизм адаптации мигрантов (в контексте социологического и философского анализа) // Известия Томского политехнического университета. - 2008. - № 6 (313) . - С. 158–164;
8. Ларин А.Г. Китайские мигранты в России история и современность. - М. - Восточная книга, 2009. - 512 с.
9. Никитенко Е.В. Мотивация выбора вуза иностранными студентами (на примере китайских студентов, обучающихся в г. Хабаровске): диссертация ... кандидата Социологических наук: 22.00.04 / Никитенко Евгений Владимирович, 2017. – Хабаровск. - С. 55-56.

#### The process of inculturation of Chinese students in the educational space of the Russian University

**Belyaeva E.A.**

Ural state mining University

The article presents the data of a specific sociological study on the inculturation of Chinese students in the Russian University. These studies allow us to draw conclusions on the main problems of inculturation of Chinese students. Among them stand out: tolerance to the culture of the host country, awareness of the similarities and differ-



ences of different cultures, possession of communicative and language skills in the socio-cultural interaction among Russian universities.

**Key words:** Russian-Chinese interaction, inculturation of students, adaptation of foreign students, sociology of culture, social and cultural environment.

**References**

1. Raspertova S.Yu. Modern cultural strategies of the People's Republic of China in the practice of international interaction: the dissertation ... candidate of philosophical sciences: 24.00.01 / Raspertova Svetlana Yuryevna.- Moscow, 2011.- P. 14.
2. Grebennikova I.A. The pedagogical support of the adaptation of foreign students in a Russian university: the example of Chinese students: a dissertation ... candidate of pedagogical sciences: 13.00.08 / Grebennikova Irina Anatolyevna.- Birobidzhan, 2010.- 21 p.
3. Popkova EB Inculturation of foreign students in a Russian university: institutional conditions and main stages: on the example of SRSTU (NPI): dissertation ... candidate of sociological sciences: 22.00.06 / Popkova Evgenia Borisovna.- Rostov-on-Don, 2013.- 194 p.
4. Kravtsov A.V. Socio-psychological adaptation of foreign students to higher education in Russia: abstract of thesis. ... of the candidate of psychological sciences: 19.00.05 / Kravtsov Alexander Viktorovich. - Moscow, 2008.-- S. 11-12.
5. Sukhova A.N. Social, academic and cultural adaptation of foreign students: author. dissertations ... of the candidate of sociological sciences: 22.00.04 / Sukhova Anna Nikolaevna. - Nizhny Novgorod, 2013. - P. 18-19.
6. Danilenko O. I., Li Ts., Xu I. Adaptation of Chinese students at different stages of study at universities in Russia and China "Psychological Aspects of Intercultural Adaptation" / Ed. V.V. Kalita. Vladivostok: Dalnauka, 2015.-- S. 90-110.
7. Dementieva S.V. 2008. Russian universities as a mechanism for the adaptation of migrants (in the context of sociological and philosophical analysis) // Bulletin of the Tomsk Polytechnic University. - 2008. - No. 6 (313). - S. 158–164;
8. Larin A.G. Chinese migrants in Russia history and modernity. - M. - Eastern book, 2009.-- 512 p.
9. Nikitenko E.V. The motivation for choosing a university by foreign students (on the example of Chinese students studying in Khabarovsk): dissertation ... candidate of Sociological Sciences: 22.00.04 / Nikitenko Evgeniy Vladimirovich, 2017. - Khabarovsk. - S. 55-56.



## Социальная экспертиза качества жизни молодежи Московской области

Гусарова З.В.

Статья посвящена изучению общественного мнения молодежи муниципальных образований Московской области об их качестве жизни, а также влиянии на него разнообразных факторов. В работе предпринята попытка исследования качества жизни молодежи Подмосковья в контексте новых социально-экономических условий, сложившихся на территории России. Эмпирическое исследование данной работы подкреплено использованием метода анкетного опроса. На основании результатов проведенного исследования отмечается влияние кризисных явлений на субъективно оцениваемое качество жизни молодежи Московской области, наличии определенного уровня социальной напряженности в регионе, присутствии протестных настроений, однако при этом отмечается, что данные тенденции развиты слабо и находятся существенно ниже критического уровня.

**Ключевые слова:** качество жизни, социальная экспертиза, социальный мониторинг, молодежь, кризисные явления, субъективно оцениваемое качество жизни, кризисное состояние общества, санкции, опрос молодежи

### Введение

В соответствии с пунктом 1 статьи 7 Конституции Российской Федерации, Россия на данном этапе развития представляет собой государство социальное, приоритетной целью которого является создание и сохранение условий, гарантирующих достойный уровень жизни и беспрепятственное становление личности. Политика Правительства России, определенная в основных направлениях деятельности Правительства Российской Федерации, направлена на решение основных общественно значимых проблем, а также на обеспечение повышения качества жизни населения.

Термин «качество жизни» стал неотъемлемой частью повседневного и научного лексикона. По мнению Путина В.В., ключевой характеристикой нового этапа развития мировой системы станет не битва идеологий, а именно борьба за высокое качество жизни, являющимся основой не только национального богатства, но и прогресса.

### Актуальность

На данном этапе мирового развития качество жизни представляет собой цель социальной политики государств и их социально-экономического развития, основной критерий научно-технического про-



гресса, ключевую составляющую развития интеллектуального и человеческого капитала, существенную характеристику экономического потенциала страны. Исследование динамики, составление прогнозов изменений качества жизни является основой устойчивого развития общества, именно данная категория способна отразить основные характеристики развития и трансформаций социально-экономической системы, степень и характер влияния данных изменений на население, отдельные социальные группы общества. При эффективном использовании данных оценки качества жизни населения представляется возможным определить основные механизмы и путей реализации стратегической задачи повышения качества жизни населения, от результативности достижений которой зависит дальнейшее развитие мировой системы.

Трансформация социально-экономических процессов и специфика рыночной экономики обуславливают появление кризисных явлений под влиянием цикличности этапов развития современного общества. Кризисные ситуации на территории Российской Федерации вызваны негативными тенденциями в экономической, социальной, политической и техногенной сферах, складывающимися в последние 15-20 лет. Состояние кризиса обусловлено как внешними глобализационными процессами, повлекшими за собой качественные изменения во всех сферах жизни российского общества, так и кризисной природой внутрироссийской действительности.

Изучение качества жизни в условиях кризисного состояния общества актуализирует вопрос о

поиске способов адаптации имеющихся результатов научных исследований к новым социально-экономическим условиям.

#### **Постановка задачи**

Целью данного исследования является изучение качества жизни и уровня социальной активности молодежи Московской области и возможностей его повышения.

В задачу исследования входила проверка гипотезы о том, что «кризисное состояние» российского общества, обусловленное в том числе действием санкционных ограничений, является фактором влияния на качество жизни молодежи Московской области, имеет разный характер и степень влияния на жителей муниципальных образований Подмосковья, а также характеризуется неоднородным восприятием в общественном сознании в качестве фактора изменений благосостояния населения.

#### **Теоретическая часть**

Генезис научных теорий о качестве жизни населения представляет собой поэтапную эволюцию разнообразных концепций. На каждом этапе исследователями ставились и решались конкретные задачи по определению ключевых компонентов качества жизни населения, а также по поиску наиболее эффективных и рациональных методов его оценки.

Для первоначального этапа характерен процесс определения понятия «качества жизни» в системе таких категорий как «образ жизни», «уровень жизни», «стандарт жизни» и др. Качество жизни отождествляется с данными понятиями, рассматривается исключительно с



экономической точки зрения. На следующем этапе развития концепций формируются три подхода к исследованию проблем качества жизни населения – индикативный, футурологический и психологический. Индикативный подход позволяет определить основные показатели и индикаторы, отражающие все стороны общественной жизни с учетом разнообразных внешних факторов. В рамках футурологического – качество жизни анализируется с точки зрения субъективных компонент. Представители психологического подхода стремятся исследовать качество жизни населения сквозь призму индивидуальных потребностей и интересов личности. Формируются концепции «субъективно оцениваемого» и «ощущаемого» качества жизни, направленные на развитие субъективных составляющих качества жизни населения, в основе которых лежит степень удовлетворенности индивидом своим качеством жизни.

В отечественной социологии этапы развития и содержание концепций качества жизни существенно отличаются от зарубежной науки. Выделяют несколько этапов становления данного понятия: на первом этапе «качество жизни» в противовес буржуазной теории потребления развивалось с точки зрения «образа жизни», характерного для социалистического типа общества. На втором этапе заметна тенденция разграничения понятия «качества жизни» и «образа», «уровня», «стиля» жизни и т.д. Качество жизни формируется как научная категория. Для третьего этапа характерно стремление к построению конкретной системы показателей для исследования про-

блем качества жизни в переходной экономике. На четвертом этапе начинается концептуальное развитие данной категории. На последнем этапе развития концепции качества жизни в рамках интегративного подхода, основанного на экономической теории, но с использованием инструментария различных наук, проводятся исследования качества жизни с учетом его объективных и субъективных компонент.

Определяя содержание понятия «качество жизни» представляется необходимым обозначить существенные особенности данной категории. В первую очередь следует отметить многоаспектность и междисциплинарность данного понятия. Также необходимо обозначить и две составляющие качества жизни: объективную и субъективную стороны данного явления, выражающие с одной стороны внешние условия жизни человека, и внутреннюю удовлетворенность с другой.

Существует множество методов исследования качества жизни населения, основанных на статистических показателях, объективных индикаторах, субъективных компонентах, а также наиболее распространенные на современном этапе интегральные показатели, учитывающие различные индикаторы.

#### **Социальная экспертиза**

Для исследования качества жизни населения в условиях кризисного состояния общества необходимы новые методы изучения – **социальная экспертиза** - комплексное исследование социально значимой проблемы, с точки зрения



оценки социального эффекта деятельности различных программ, проектов, организаций и отдельных индивидов, направленное на сбор, анализ и интерпретацию данных, необходимых для принятия оптимального управленческого решения, контроля его реализации и внесения изменений в соответствии с общественными интересами и приоритетами социальной политики [3, с. 10].

Анализируя возможности метода социальной экспертизы, в литературе выделяют три базовые модели: «рецензия», «мониторинг», «проект». Модель «рецензии» основывается в первую очередь на исследовании текстов нормативных документов, регулирующих ту или иную сферу социальных отношений в их комплексности и взаимосвязи. Модель «мониторинг» применяется, если социальная экспертиза требует регулярных исследований, сведения и анализа полученных данных. Модель «проект» ориентируется на анализ проблемных ситуаций и представляет собой исследование, направленное на решение комплекса задач по достижению желаемого состояния.

В контексте данной работы наиболее актуальной моделью социальной экспертизы является мониторинг. Социальный мониторинг качества жизни населения – это научно обоснованный комплекс исследований, направленных на сбор, обработку и интерпретацию первичных данных об основных характеристиках условий жизнедеятельности общества, социальных групп, их социальном самочувствии, ценностях, мотивах, потребностях и представлениях о современной ситуации.

### Практическая часть

Эмпирическое исследование субъективно оцениваемого качества жизни молодежи муниципальных образований Московской области было проведено в июле 2019 года на базе независимого исследовательского агентства полного цикла Magram Market Research (Гусаровой З.В.). В качестве основного метода исследования субъективно оцениваемого качества жизни молодежи в условиях кризисного состояния российского общества было выбран опрос. Общий размер выборочной совокупности – 21 000 респондентов. Выборка репрезентирует все население Московской области в возрасте 16-30 лет, а также отдельных городских округов региона. При разработке выборки было учтено 3 критерия, заданных в виде квот: пол (2 группы), возраст (5 групп), тип населенного пункта постоянного проживания (2 группы).

По результатам проведенного исследования можно сделать вывод о том, что степень удовлетворенности сложившейся жизненной ситуацией у молодежи Московской области находится на достаточно высоком уровне: 85% респондентов положительно оценивают свою жизнь, 70% опрошенных в той или иной степени удовлетворены положением дел в своем муниципальном образовании.

Главным ценностным ориентиром для молодежи Московской области является здоровье – 36% участников опроса поставили данный параметр на I место. Далее следует материально-обеспеченная жизнь, третий по популярности ответ – развлечения. На II месте располагаются счастье





ливая семейная жизнь и развлечения (по 16%). На III месте в рейтинге ценностных ориентиров лидирующую позицию занимает безопасность (38%). «Успех в жизни» среди молодежи чаще всего ассоциируется с достижением семейного благополучия (74%), крепким здоровьем (62%) и финансовым благополучием (53%).

При выборе работы молодежь в первую очередь ориентируется на уровень оплаты труда (70%), затем на удобный график работы (58%) и возможности карьерного роста (48%). Большинство опрошенных на данный момент имеют постоянную работу или подработку (69%), с доходом до 50 000 рублей в месяц (67%). Зарплатные ожидания трети опрошенных превышают 100 000 рублей в месяц (31%).

Наиболее остро в Московской области по мнению молодежи стоят проблемы алкоголизма и наркомании (43%). На втором месте располагаются экологические проблемы (35%), на третьем – проблемы в системе здравоохранения (33%). По 27% представителей молодежи Московской области в качестве основных проблем их муниципально-образованного образования выделили жилищный вопрос и проблемы в сфере экономики.

Уровень участия молодежи Московской области в общественной и политической жизни региона является невысоким – доля респондентов, не имеющих опыта участия в общественной или политической жизни ни в каком виде составила 43%. Опыт участия в выборах имеется у 44% опрошенных, во всех остальных измеряемых видах общественно-политической деятельности участвовало менее 10%.

Чуть более половины опрошенных считают, что при наличии избирательного права выборы нужно обязательно посещать (52%). Большинство опрошенной молодежи (73%) отмечает, что не существует политической партии, которая бы представляла их интересы. 32% допускает для себя возможность принять участие в акции протеста, больше половины респондентов (56%) не готовы к участию в гипотетической акции протеста.

Общий уровень информированности молодых жителей области о персоне главы региона оценивается средне. Правильный ответ на вопрос, кто сейчас является Губернатором Московской области, смогли дать 60% опрошенных. С доверием относятся к А.Ю. Воробьеву 53% опрошенных (10% безусловно доверяют, 43% скорее доверяют), 28% в целом не доверяют ему (18% скорее не доверяют, 10% безусловно не доверяют).

Уровень выраженности патриотических настроений среди молодежи Московской области можно назвать высоким – 65% среди всех опрошенных считают себя патриотом России, четверть к таковым себя не относит. Основным проявлением патриотизма по мнению всех опрошенных является любовь к своей стране (49%), на втором месте располагается гордость за свою страну (43%), на третьем – ведение деятельности во благо своей страны (39%). 4% отмечают, что гордятся нынешней Россией, 40% – что нет.

### Заключение

По результатам проведенного исследования была подтверждена гипотеза о том, что «кризисное со-



стояние» российского общества, обусловленное в том числе действием санкционных ограничений, является фактором влияния на качество жизни молодежи Московской области, имеет разные характер и степень влияния на жителей муниципальных образований Подмосковья, а также характеризуется неоднородным восприятием в общественном сознании в качестве фактора изменений благосостояния населения.

Повышается уровень протестной активности молодежи, отмечается снижение доли патриотически настроенных представителей молодого поколения (однако данный показатель находится на достаточно высоком уровне), в то время как доля тех, кто хотел бы сменить страну проживания, постепенно повышается.

На фоне данных изменений можно отметить повышение доли политически пассивной молодежи – только половина опрошенных (52%) считает участие в выборах обязательным, исполнением гражданского долга, более того треть опрошенных не имеют представления о личности действующего губернатора Московской области, что свидетельствует о низкой степени вовлеченности молодежи в политическую жизнь региона, нежелании принимать участие в развитии своего муниципального образования, а следовательно и в повышении качества своей жизни.

В целом отметим, что в контексте ускоряющихся темпов трансформаций социальной реальности, традиционные формы социального порядка, определенности и стабильности размываются, уступая место обществу неопределенности,

непредсказуемости и риска. Ответственная система должна быть достаточно гибкой для быстрой адаптации к изменяющимся условиям, однако, в современном обществе риск воспроизводится самой системой и ее социальными институтами (экономика, наука, политика и т.д.), что ставит под угрозу жизнедеятельность многих категорий населения.

В условиях санкционных ограничений, обуславливающих кризисное состояние российского общества, необходимы новые методы исследования качества жизни населения, которые позволят в полной мере отразить состояние общества в новых социально-экономических условиях, предупредить состояние социальной напряженности и социальной паники среди населения.

В числе первоочередных мер предупреждения социального кризиса должен быть комплексный мониторинг качества жизни населения на основе системы диагностических критериев, количественных и качественных показателей, которые разрабатываются и совершенствуются органами власти.

#### Литература

1. Белоусова С.В. Социальное государство как инструмент обеспечения качества жизни: монография / С.В. Белоусова. – Иркутск: ИрГУПС, 2012. – 204 с.
2. Беляева Л.А. Уровень и качество жизни. Проблемы измерения и интерпретации // Социологические исследования, №1, 2009, С. 33
3. Луков В.А. Социальная экспертиза. – М., 1996
4. Нагимова А. М. Социологический анализ качества жизни



населения: региональный аспект. – Казань: Казан. гос. ун-т, 2010. – 306 с.

5. Нугаев, Р.М. Качество жизни в трудах социологов США /Р.М. Нугаев, М.А. Нугаев // Социол. иссл. – 2003. – № 6.

6. Орлов Л.Ф. Уровень и качество жизни населения как социально-экономические категории // Социальная политика и социология. 2005. — №4.-С. 62-79.

7. Павлов А.П., Яковлева Л.В. «Анализ понятия «качества жизни» на современном этапе в условиях кризиса», Интернет-журнал «Науковедение», Выпуск 1 - 2010 (2).

8. Пронин. А. В. О правовой природе санкций ЕС в отношении РФ // Историческая и социально-образовательная мысль. 2014. № 2 (24), с. 33-36.

9. Ткачев А.Н., Луценко Е.В. Качество жизни населения, как интегральный критерий оценки эффективности деятельности региональной администрации. /А.Н. Ткачев и др. – Краснодар: КубГАУ. 2002. – 32с.

10. Черкашина Т.Ю. Субъективное качество жизни населения: интегральная оценка и частные индикаторы // Регион: экономика и социология. 2006. - № 3. С. 97-110.

11. Щекин Г.В. Теория социального управления: Монография. К.: МАУП, 1996. - 408 с.

**Social expertise of the Moscow Region youth's life quality**  
**Gusarova Z.V.**

Moscow State University named after M.V. Lomonosov

The article describes public opinion of the youth of the Moscow region on their quality of life and on the impact of various factors on it. The paper attempts to study the quality of life youth of the Moscow region in the context of new socio-economic conditions

of modern reality. Empirical research of this article is underpinned by the employment of the questionnaire poll. Based on the results of the study, conclusions depict the impact of crisis on the subjectively assessed quality of life of the youth, the presence of social tension in society, the presence of protest moods, however these trends are poorly developed and are significantly below the critical level.

**Key words:** Quality of life. Social expertise. Social monitoring. Youth. Crisis. Subjectively assessed quality of life. Crisis state of the society. Sanctions. Questionnaire poll of the youth.

**References**

1. Belousova S.V. The social state as a tool to ensure the quality of life: monograph / S.V. Belousova. - Irkutsk: IrGUPS, 2012. -- 204 p.
2. Belyaeva L.A. Level and quality of life. Problems of measurement and interpretation // Sociological studies, No. 1, 2009, S. 33
3. Lukov V.A. Social Examination. - M., 1996
4. Nagimova A. M. Sociological analysis of the quality of life of the population: regional aspect. - Kazan: Kazan. state Univ., 2010. -- 306 p.
5. Nugaev, R.M. The quality of life in the works of sociologists in the USA / R.M. Nugaev, M.A. Nugaev // Sociol. researched - 2003. - No. 6.
6. Orlov L.F. The level and quality of life of the population as socio-economic categories // Social policy and sociology. 2005. - No. 4.- S. 62-79.
7. Pavlov A.P., Yakovleva L.V. "Analysis of the concept of" quality of life "at the present stage in a crisis", Internet journal "Science of Science", Issue 1 - 2010 (2).
8. Pronin. A. V. On the legal nature of EU sanctions against the Russian Federation // Historical and socio-educational thought. 2014. No. 2 (24), p. 33-36.
9. Tkachev A.N., Lutsenko E.V. The quality of life of the population as an integral criterion for assessing the effectiveness of the regional administration. / A.N. Tkachev et al. - Krasnodar: KubSAU. 2002. - 32s.
10. Cherkashin T.Yu. Subjective quality of life of the population: integrated assessment and private indicators // Region: economics and sociology. 2006. - No. 3. S. 97-110.
11. Schekin G.V. Theory of Social Management: Monograph. K. : IAPM, 1996. -- 408 p.



## Социально-демографический портрет читателей общедоступных газет в Санкт-Петербурге

Смирнов К.И.

В то время как многие процессы в отечественной медиа-отрасли переходят на цифру, во многих регионах России, и прежде всего в крупных городах, печатная пресса удерживает свою популярность. Эксперты связывают это с перенасыщением виртуальными форматами. Свое особое место занимает и общедоступная пресса: ежедневные газеты, которые распространяются бесплатно в Москве и Санкт-Петербурге. Определение социально-демографического портрета потребителя таких изданий важно не только в сугубо редакционных целях, но и для формирования представления о социальных проблемах жителей современного большого российского города.

**Ключевые слова:** Медиа, СМИ, образование, общедоступные, газеты, Санкт-Петербург

Современная глобализация медиа-индустрии подразумевает переход коммуникаций на цифровой формат. Действительно, еще с 2000-х годов в России становится доступен мобильный Интернет, и сейчас уже для многих жителей крупных российских городов привычно выходить в сеть с мобильных устройств: мобильные телефоны и планшеты стали конкурентоспособными платформами для распространения цифрового контента.

В связи с этим, постепенно меняется и газетная бизнес-модель – от производства и продажи печатного продукта к производству контента и его распространению всеми возможными способами через разнообразные носители [1, с.10].

Эту тенденцию подтверждает и статистика. Продажи печатных газет и журналов в России имеют одинаковый отрицательный тренд, т.к. причины сокращения тиража в большей степени определяются не снижением спроса, а развитием цифровых технологий. Так, розничные продажи за 5 лет сократились на 40 %, а подписные тиражи – на 35,8 %. Также за последние несколько лет количество зарегистрированных в Роскомнадзоре



печатных СМИ сократилось почти на 21%, с рынка ушло более 13 тысяч газет и журналов. Если в 2014 году реестр организации содержал сведения о 63,5 тыс. наименований печатных СМИ, то в 2018 году их перечень сократился до 50,5 тыс. В свою очередь, число зарегистрированных в Российской Федерации газет только за 2018 год уменьшилось с 20,3 тыс. до 18,1 тыс. Кроме того, по информации Союза предприятий печатной индустрии рекламные доходы печатных СМИ падают в последние пять лет в целом на 8-10% в год. Также в Союзе уверены, что снижение доходов в прессе в 2019 году приведет к потере 15% рабочих мест в этой сфере. [2]

Вместе с тем, во время круглого стола «Цифровой сегмент российской прессы. Методика оценки», состоявшегося 9 ноября 2018 года при финансовой поддержке Роспечати, эксперты пересчитали доходы прессы с учетом рекламы на издательских ресурсах в интернете. Результат опровергли устоявшееся мнение о падении рекламных доходов печатной прессы, а, по словам эксперта Роспечати Геннадия Кудия, с 2019 года началась стабилизация рынка печатных СМИ. По его мнению, новостные агрегаторы не могут предоставить читателю полную картину мира: «Прочтение 7-10 новостей дает очень куцее представление. Если прочесть газету, выделить на нее минут 20-30, создается совсем другая, более целостная картина. Процесс возвращения к газетному формату уже идет, народ виртуальной реальностью перенасытился». [3]

В свою очередь, в Европе и США тиражи печатной прессы потихоньку стабилизируются или да-

же увеличиваются, а в Азии – они и не падали. В Японии, например, печатная периодика выходит многомиллионными тиражами, и люди там выписывают сразу по несколько изданий. За последние год-два заметно выросли тиражи американских газет «New York Times», «The Wall Street Journal», «Los Angeles Times». Этому во многом помогает неспешность печатной прессы. Газеты и журналы выигрывают не в оперативности, а в качестве. По данным Всемирной газетной и новостной ассоциации (WAN-IFRA), 40% всего взрослого населения планеты продолжает ежедневно читать именно газеты [4, с.8-9]. Одновременно по данным финского Национального медиаисследования за 2018 год, 77% жителей Финляндии ежедневно читают печатную прессу и около 64% – сетевую. В общей сложности газеты и журналы каждую неделю читают почти 92% финнов, у 66% из которых есть оплаченная подписка на печатную версию какой-либо газеты, её цифровую версию или на их комбинацию. [5]

В то же время, одним из самых эффективных и перспективных каналов дистрибуции газет является бесплатное распространение. К примеру, если в первом полугодии 2017 года основную часть потребителей прессы в Москве составляли те, кто покупал её в розницу (37,7%), а услугами бесплатного распространения пользовались 36,9%, то в первом полугодии 2018 года ситуация изменилась – на бесплатное распространение пришлось 37,8%, а на розничные продажи 35,6% реализованного тиража.

В медиа-пространстве в Санкт-Петербурге также присутствуют



общедоступные издания: к наиболее популярным из них можно отнести газеты «Метро» и «Петербургский дневник». При этом по итогам социологического исследования, проведенного в августе 2019 года, бесспорным лидером рейтинга узнаваемости в Петербурге как раз и стала газета «Метро» – ее знают 90% петербуржцев. Также в первые строчки рейтинга узнаваемости вошли «Аргументы и факты-Петербург» (78%), «Комсомольская правда в Петербурге» (73%), «Коммерсантъ» (71%), «Ведомости» (67%), «Петербургский дневник» (56%). Отметим, что большинство указанных изданий распространяются по платной модели: через киоски печати или по подписке.

Одновременно оба распространяемых бесплатно издания в рейтинге читаемости входят в тройку лидеров: возглавляет рейтинг газета «Метро» (63%), вторую позицию занимает издание «Аргументы и факты - Петербург» (39%), газету «Петербургский дневник» читают около трети (31%) петербуржцев.

Что касается доверия материалам бесплатных изданий в разных социально-демографических группах, то, например, в разрезе гендерных групп, эти газеты несколько большим доверием пользуется у женщин. Среди читателей из числа женщин, судя по результатам опроса, доля доверяющих информации, содержащейся в них, составляет 62%. Доля доверяющих материалам газеты среди читающих ее мужчин немногим более половины (53%).

Доверяют бесплатным изданиям в среднем шесть из десяти читателей с высшим образованием (60%). Доля доверяющих таким газетам

среди лиц со средним профессиональным образованием составляет 64%, со средним полным образованием – 54%. Среди лиц с начальным профессиональным образованием самая большая доля не доверяющих информации, содержащейся в общедоступных газетах (50%).

При этом заметных различий в показателях доверия бесплатным газетам между занятым и неработающим населением, судя по результатам опроса, нет. Например, результаты опроса показали, что доля доверяющих материалам среди работающих на государственных предприятиях, в бюджетной сфере составляет 61%, среди работающих в негосударственном секторе – 56%. Доля доверяющих газете среди пенсионеров, также близка к уровню этих показателей (59%).

В то же время интересно рассмотреть социально-демографический портрет читателей общедоступных газет в Санкт-Петербурге. Как удалось установить в результате исследования, львиную долю наиболее активных читателей составляют женщины (70%). В свою очередь, в возрастной структуре наиболее активно читающих такие газеты доминируют люди пенсионного и предпенсионного возраста. Так, судя по результатам опроса, удельный вес представителей возрастной группы 60 лет и старше, составляет 41%, доля лиц в возрасте 50-59 лет – 20%. Реже других этой категорией изданий интересуются относительно молодые горожане в возрасте 30-39 лет. При этом в аудитории читателей газеты преобладают лица с высшим образованием. Их до-





ля составляет почти две трети (65%). Лица со средним профессиональным образованием занимают в этой структуре второе место (22%). На долю лиц со средним образованием приходится 4%, а с неполным средним и начальным профессиональным – по 2% от общей численности наиболее активных читателей бесплатных газет.

Стоит обратить внимание не только на гендерный состав, но и на вопросы материального характера. Так чаще всего читателями общедоступных газет выступают представители семей с доходом немного выше прожиточного минимума (22%), а также лица с доходом, превышающим прожиточный минимум более чем в два раза (20%). Читатели с доходами, превышающими прожиточный минимум в три раза, составляют 13%, а с доходами, превышающими прожиточный минимум в десять раз – 4%. В то же время, лица с доходами, соответствующими прожиточному минимуму, составляют 13%, а с доходами ниже прожиточного минимума – 6%.

Подводя итог вышесказанному, имеет смысл подчеркнуть, что аудитория печатных средств массовой информации не столько трансформировалась, сколько разделилась на две неравные части: молодых потребителей, отказывающихся от печатных изданий в пользу сетевых медиа и социальных сетей, и старшее поколение, традиционно привыкшее читать печатную прессу и неохотно меняющее свои привычки. А с учетом присутствия большого количества непроверенных данных в Интернет-среде, зачастую залогом доверия к информации остается авторитетное имя печатного издания и профессиональный состав его ре-

дакции. В то же время нельзя не признать, что внедрение инноваций в систему распространения контента, прежде всего, должно помогать аналоговым изданиям, а не наоборот.

#### Литература

1. Отчет о научно-исследовательской работе. Проведение международного мониторинга отраслевых исследований и подготовка обзора «Тенденции и прогноз развития печатных СМИ до 2020 года». Москва, декабрь 2008. 65 с.

2. Журнал «Журналист». Параметры рукотворного кризиса индустрии печатных СМИ России // Режим доступа URL : <https://jrnlst.ru/press-crisis> (дата обращения 15.08.2019).

3. ИА ТАСС. Эксперты считают, что отток аудитории в интернет не ведет к исчезновению печатных СМИ // Режим доступа URL : <https://tass.ru/obschestvo/5992458> (дата обращения 15.08.2019).

4. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Российская периодическая печать. Отраслевой доклад. 2019. 116 с.

5. Электронное издание «Новые Известия». Прощание с прессой: бумажные газеты и журналы доживают последние годы? // Режим доступа URL : <https://newizv.ru/article/general/06-06-2019/proschanie-s-pressoy-bumazhnye-gazety-i-zhurnaly-dozhivayut-poslednie-gody> (дата обращения 15.08.2019).

#### Socio-demographic portrait of newspaper audience in Saint-Petersburg

Smirnov K.I.

North-West institute of Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration



Traditional newspapers are still popular in Russian capital cities in spite of many processes in media which are switching to digital. Experts say, maybe it is so because of the virtual satiation.

At the same time daily newspapers, which are distributed free of charge in Moscow and St. Petersburg occupy a special place in the media.

The real consumer's socio-demographic portrait of such newspapers is important not only for editorial purposes, but also for understanding of the social problems of those who live in large Russian modern cities.

**Keywords:** Media, culture, education, public, newspapers, Saint Petersburg

#### References

1. Report on research work. Conducting international monitoring of industry research and preparing a review of "Trends and Forecasts of the Development of Print Media until 2020". Moscow, December 2008.65 s.
2. The journalist. Parameters of the man-made crisis in the print media industry of Russia // Access mode URL: <https://jrnlst.ru/press-crisis> (accessed August 15, 2019).
3. IA TASS. Experts believe that the outflow of the audience on the Internet does not lead to the disappearance of print media // Access mode URL: <https://tass.ru/obschestvo/5992458> (accessed 08/15/2019).
4. Federal Agency for Press and Mass Communications. Russian periodicals. Industry report. 2019.116 p.
5. The electronic publication "New Izvestia". Farewell to the press: do paper newspapers and magazines survive the last years? // Access mode URL: <https://newizv.ru/article/general/06-06-2019/proschanie-s-pressoy-bumazhnye-gazety-i-zhurnaly-dozhivayut-poslednie-gody> (accessed 08.15.2019) .



## Учебные военные центры и военные кафедры глазами дальневосточных студентов

Сокол Л.Н.

Военное образование в гражданских вузах значительно расширяет человеческий потенциал вооруженных сил. В настоящее время к традиционному институту военных кафедр (ВК) добавился новый – учебные военные центры (УВЦ), на который Министерство обороны РФ возлагает большие надежды. В статье представлены результаты социологического опроса, проведенного в вузах Дальнего Востока (N=600), позволяющие оценить отношение обычных студентов, студентов ВК и курсантов УВЦ к различным формам военного образования. Выявлено, что, в отличие от студентов ВК, значительная часть курсантов (около 30%) разочарована своим выбором и перспективами военной карьеры как таковой. Полученные данные показывают, что МО РФ следует усилить работу по профориентации абитуриентов и курсантов, а также по формированию понятных и привлекательных военно-профессиональных траекторий карьерного роста.

**Ключевые слова:** учебный военный центр, военная кафедра, высшее военное образование, военная служба, военная карьера

### Введение

Потребность в профессионализации военной сферы и увеличении интеллектуального и человеческого потенциала вооруженных сил – не менее важный элемент обеспечения обороноспособности современного государства, чем наличие современной техники или качество управления войсками. Хотя основой военного образования в России, как и в других развитых странах, являются специализированные военные академии, они не способны обеспечить массовую подготовку офицерского состава необходимого уровня квалификации, соответствующего современному уровню развитию науки и техники. Одним из главных способов решения этой проблемы является кооперация с гражданской системой высшего образования [1]. Традиционно, такая кооперация осуществлялась посредством военных кафедр, которые готовили офицеров запаса в гражданских вузах, однако начиная с 2008 года Министерство обороны РФ ведет активную работу по созданию сети учебных военных центров (УВЦ) при гражданских вузах, которые, как предполагается, способны значительно повысить качество военно-профессиональной подготовки в гражданском вузе в



сравнении с обучением на военной кафедре (ВК) [2-4]. Курсанты УВЦ, хоть и не являются военнослужащими и продолжают обучение по основной программе, значительно больше времени уделяют военной подготовке и военно-профессиональному образованию, а также явным образом выбирают как минимум временную военную карьеру.

В настоящее время обучение в УВЦ носит во-многом экспериментальный характер, однако уже первые исследования показали, что курсанты образуют самостоятельную социальную группу со своими ценностными и мотивационными особенностями, жизненными стратегиями и планами [5-7]. При этом есть основания полагать, что курсанты УВЦ характеризуются определенной маргинальностью своего социального положения, вызванной сложностями самоидентификации и неопределенностью своих жизненных и карьерных перспектив, которые им предлагают военные институты и которые не всегда соответствуют ожиданиям обучающихся [5; 8-10]. Необходимость научной оценки эффективности и проблем новой формы военного образования стала основанием для проведения нами социологического исследования, направленного на выявление достоинств и недостатков разных форм военного образования с точки зрения самих обучающихся – потенциальных будущих офицеров ВС РФ.

### Метод

Для оценки достоинств и недостатков получения высшего военного образования в УВЦ и ВК использовался метод анкетного социологического опроса. обследо-

вание курсантов УВЦ и студентов военных кафедр проводилось в рамках комплексного социологического изучения отношения к военному образованию и военной службе, проведенного в дальневосточных гражданских вузах (N=600). В данной статье представлены преимущественно данные, относящиеся к двум названным группам, численность которых составила: 148 чел. (24,7%) – курсанты УВЦ, 69 чел. (11,5%) – студенты ВК. Исследование проводилось с использованием гнездовой выборки, методом сплошного опроса внутри каждого кластера (учебной группы). Отбор гнезд осуществлялся случайным образом, с учетом квотирования по типу получаемого образования, в трех вузах Дальнего Востока, реализующих программы военного образования: Дальневосточного федерального университета (ДФУ), Дальневосточного государственного университета путей сообщения (ДВГУПС), Комсомольского-на-Амуре государственного университета (КНАГУ). Сбор данных проходил в январе-феврале 2019 г., статистическая обработка полученных результатов осуществлена с использованием программы IBM SPSS 21.

### Результаты и обсуждение

В ходе проведенного социологического исследования были выявлены общие установки в отношении военного образования и военной службы у разных категорий обучающихся. Поскольку курсанты УВЦ занимают в системе военного образования промежуточное положение между курсантами военных академий и студентами ВК, а поступление в УВЦ



означает принятие осознанного решения о заключении контракта с МО РФ сроком как минимум на 3 года, мы предположили, что общие установки в отношении военной службы для этой группы будут более положительными, чем у студентов ВК – об этом свидетельствовали и некоторые предыдущие исследования [7; 10]. Однако ситуация оказалась прямо противоположной. Респондентам, в частности, было предложено оценить по 10-балльной шкале, насколько близкой для них является военная сфера. Предсказуемо, те, кто получают военное образование, воспринимают военную сферу как более близкую в сравнении с обычными студентами. Однако неожиданно студенты ВК оценили ее значительно выше, чем курсанты УВЦ: 6,67 и 5,43 балла, соответственно. Аналогично, студенты ВК продемонстрировали гораздо более выраженные установки в отношении военной службы. Более половины опрошенных (50,7%) однозначно связывают свою карьеру с Вооруженными силами, тогда как среди курсантов УВЦ таких оказалось только 6,1%. Более подробно особенности установок и жизненных стратегий рассмотренных групп анализируются в отдельной статье, однако полученные результаты позволяют заключить, что для курсантов УВЦ, в сравнении со студентами ВК, в целом, более характерны:

- значительная неопределенность в понимании своих жизненных перспектив;
- более высокий уровень ожиданий в отношении военной службы;

- рассогласование между ожиданиями и фактическим опытом обучения в УВЦ;

- определенное разочарование своим выбором;

- более выраженное доминирование материальных потребностей, удовлетворение которых связывается с возможной военной карьерой.

В то же самое время полученные данные подтверждают представление о студентах УВЦ как о самостоятельной социальной группе, а определенная маргинальность и неопределенность их социального статуса и идентичности уже отмечалась исследователями ранее [5; 9].

Можно предположить, что на данном этапе реформы военного образования, насколько можно судить, по-прежнему отсутствуют конкретные карьерные и жизненные траектории, которые были бы понятны и привлекательны для курсантов УВЦ, тогда как студенты ВК имеют значительно большее «пространство для маневра» при выстраивании своих жизненных стратегий, что положительно сказывается на их оценке не только выбранной формы обучения, но и военной карьеры в целом. Очевидно, что УВЦ как новый формат сохраняет преимущественно экспериментальный характер и характеризуется определенными системными, институциональными проблемами. Ряд вопросов позволил лучше понять, что именно студенты ВК и курсанты считают преимуществами и недостатками УВЦ в сравнении как с военными кафедрами, так и с военными вузами.

При сравнительной оценке основных преимуществ УВЦ в срав-



нении с ВК проведенный t-тест не выявил значимых различий между группами. И студенты ВК, и курсанты УВЦ в равной мере согласны с тем, что обучение в рамках нового образовательного формата предоставляет больше возможностей для военной карьеры (степень согласия с утверждением равна 3,66 балла по 5-бальной шкале), позволяет лучше понять особенности военной службы и свое отношение к ней (3,62), дает более глубокую военную подготовку (3,59), а также профессиональную подготовку (3,52). Значение также имеет более высокая стипендия (3,52) и больше возможностей для самореализации и саморазвития (3,51).

Оценки недостатков УВЦ также оказались весьма схожими. Единственным спорным моментом оказалась ключевая институциональная особенность УВЦ – необходимость заключения контракта на прохождение военной службы. Хотя в целом обе группы не склонны считать это недостатком, среди курсантов средняя оценка согласия с таким утверждением равна 2,93 балла, тогда как среди студентов ВК – 2,55. Поясним, что студенты выражали степень своего согласия с утверждением о том, что необходимость заключения контракта с МО является недостатком УВЦ, причем 1 балл соответствовал варианту «совершенно не согласен», а 5 баллов – оценке «полностью согласен». Как можно видеть, при в целом слабо-положительном отношении к необходимости заключения контракта именно курсанты УВЦ как социальная группа выражают более скептическое отношение к принимаемым обязательствам. Причем это различие явля-

ется статистически значимым: t-критерий Стьюдента равен 2,07 (ст. св. = 215), значимость 0,04. В остальном, мнения двух групп в значительной мере совпали. Главным недостатком УВЦ респонденты считают отсутствие понятных дальнейших перспектив, хотя и в этом случае значимость данного недостатка является довольно умеренной – 3,06 балла. В отношении остальных предложенных вариантов оценки носят слабо выраженный отрицательный характер. Иными словами, баланс оценок при сравнении УВЦ и ВК, в целом, является нейтральным, несколько смещенным в положительную сторону, хотя курсанты демонстрируют несколько больший скептицизм в отношении этого формата обучения, а его главным недостатком считается неопределенность будущих жизненных траекторий.

При сравнении УВЦ с обучением в военном вузе различия между двумя группами оказались заметно более выраженными, что может быть результатом недостатка информированности и различий в восприятии военной карьеры как таковой. Респонденты оценивали относительные преимущества УВЦ в сравнении с военным вузом по 5 параметрам. По трем из них наблюдались существенные различия. Особенно сильно группы разделились в отношении утверждения о том, что УВЦ предоставляет больше возможностей для выбора как военной, так и гражданской карьеры. Если курсанты, в целом, согласились с этим утверждением (3,15 балла), то студенты ВК – нет (2,29 балла). Аналогичные оценки были даны и в отношении утверждения о том, что обучение в





УВЦ предоставляет больше личной свободы (3,28 балла против 2,65). Наконец, статистически значимым, хотя и менее выраженным стала более высокая степень согласия курсантов с утверждением о том, что УВЦ предоставляет больше возможностей для самореализации и саморазвития (3,48 балла и 3,14, соответственно). Сложно объяснить наличие таких расхождений в оценках, но, возможно, они отражают более высокую степень информированности курсантов УВЦ относительно образования в военном вузе, поскольку многие из них, очевидно, сравнивали два данных варианта построения военной карьеры при поступлении в вуз. При этом обе группы согласились с тем, что УВЦ предоставляет больше возможностей для сохранения и поддержания значимых социальных связей.

В отношении недостатков УВЦ в сравнении военными вузами были выявлены значимые различия по двум параметрам из пяти. Так, курсанты согласны с утверждением о том, что УВЦ предоставляет меньше возможностей для испытания себя и личностного роста (3,22 балла), а студенты ВК – скорее не согласны (2,74). Также две группы различаются в оценке вероятности того, что выпускников УВЦ не будут воспринимать как «настоящих» офицеров (2,98 балла против 2,48). В отношении других возможных негативных моментов оценки существенно не различаются, и обе группы склонны согласиться с тем, что качество военной и военно-профессиональной подготовки в УВЦ хуже, чем в военном вузе (3,21).

Суммируя, можно предположить, что если обе группы примерно оди-

наково оценивают достоинства и недостатки УВЦ в сравнении в ВК, то в отношении обучения в военном вузе курсанты выглядят более информированными и осознают реальные ограничения нового формата в сравнении с классическим военным образованием. Тем не менее, общий баланс положительных и отрицательных сторон УВЦ смещен в сторону первых, хотя этот эффект и не очень сильно выражен и близок к нейтральным оценкам.

Таким образом, сам по себе институт УВЦ воспринимается теми, кто рассматривает перспективы военной карьеры скорее положительно. Можно было бы предположить, что сложности адаптации и определенное разочарование, отмеченное выше, могут быть связаны с недостатками и проблемами реализации возлагаемых на него задач и функций. Опросив курсантов, имеющих непосредственный опыт обучения в УВЦ мы выявили наиболее острые проблемы обучения, с которыми они сталкиваются (рис. 1). Как можно видеть, курсанты высоко оценивают обучение в УВЦ и в целом удовлетворены им. Эти данные находятся в видимом противоречии с ответами, согласно которым для курсантов характерны достаточно умеренные установки в отношении военной службы, относительно высокий уровень разочарования своим выбором, а также слабо выраженные планы относительно дальнейшей военной карьеры.

В этой связи, показательными являются ответы на прямой вопрос о том, какую форму обучения выбрали бы респонденты, если бы у них была полная свобода выбора. Результаты ответов по всей выборке (N=600) отражены в таблице 1.



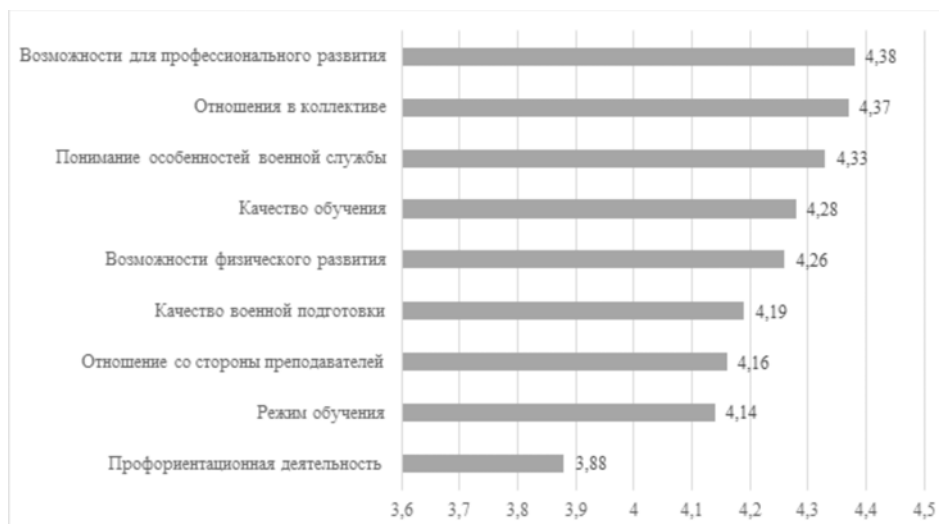


Рисунок 1. Удовлетворенность курсантов отдельными аспектами обучения в УВЦ, средняя оценка по 5-бальной шкале

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Если бы у Вас была возможность свободного выбора между различными формами получения высшего военного образования, Вы бы выбрали...», % от общего числа респондентов

| Категория обучающихся | Варианты ответа |      |             |                         |
|-----------------------|-----------------|------|-------------|-------------------------|
|                       | ВК              | УВЦ  | Военный вуз | Гражданское образование |
| Курсанты УВЦ          | 4,7             | 56,1 | 9,5         | 29,7                    |
| Студенты ВК           | 88,4            | 5,8  | 0           | 5,8                     |
| Гражданские студенты  | 25,1            | 12,0 | 5,2         | 56,2                    |

Полученные данные показывают, что достаточно большая часть студентов готова изменить свой выбор или жизненную стратегию, если бы у них была такая возможность. Наибольшую устойчивость жизненных планов и установок при этом демонстрируют студенты ВК. Очевидно, что они вполне удовлетворены своим выбором и считают, что сочетание гражданских и военных компетенций при сохранении возможности выбора типа карьеры обеспечивает наибольшие жизненные возможности, удовлетворяющие их потребности. Что касается курсантов УВЦ, то, хотя большин-

ство и сохраняет верность выбранному курсу, среди них имеется достаточно большая группа, почти треть, тех, кто понял, что военная сфера не для них и кто предпочел бы остаться в рамках гражданского образования. Отметим, что эти данные хорошо согласуются с результатами московских специалистов, которые выявили, что при возможности изменить свой выбор только 46% курсантов вновь поступили бы в УВЦ [10, с.45]. Это означает, что выявленный эффект отражает реальную ситуацию, носит системный и устойчивый характер, а положительной динамики за по-



следние годы не наблюдается. Наконец, важно отметить, что среди тех, кто учится по обычным гражданским программам существует нереализованный запрос на военное образование. Военная кафедра при этом остается наиболее привлекательным вариантом.

Мы полагаем, что разочарование собственным выбором курсантами УВЦ может быть связано с тем, что, оказавшись внутри военного института, они начинают гораздо лучше понимать специфику военной службы и приходят к выводу, что она не вполне соответствует их жизненным планам и ожиданиям. При этом к самому обучению в УВЦ больших претензий у них нет. Однако обратим внимание, что наименьшее удовлетворение вызывает профориентационная работа в УВЦ. Это согласуется с приведенными выше результатами и, на наш взгляд, свидетельствует о том, что именно отсутствие ясных перспектив, карьерных и профессиональных траекторий в настоящее время является главной проблемой нового образовательного института, сохраняющей свою значимость. Важно подчеркнуть, что запрос на высшее военное образование у студенческой молодежи очевидно есть, однако на данный момент УВЦ не смогли продемонстрировать и убедительно доказать свои преимущества как для действующих, так и для потенциальных курсантов, которые, по-видимому, считают, что более традиционная военная кафедра предоставляет им больше возможностей в жизни.

#### **Заключение**

Проведенное исследование подтвердило, что курсанты УВЦ являются самостоятельной социальной

группой, отличающейся как от курсантов военных вузов, так и от студентов военных кафедр. С точки зрения качества и эффективности нового института высшего военного образования, главный вывод исследования заключается в том, что на восприятие как самих УВЦ, так и военной карьеры в целом негативно влияет отсутствие четкого понимания дальнейших профессиональных и жизненных перспектив. Это приводит к ослаблению установок в отношении военной службы непосредственно в ходе обучения. Высокий уровень неопределенности относительно своего будущего и отсутствие достаточной информационной, консультационной и профориентационной поддержки заставляет курсантов переосмысливать свое решение и меняет отношение к военной службе как таковой, безотносительно к качеству и условиям обучения в конкретном УВЦ. Эта информация должна приниматься во внимание органами управления системой военного образования, поскольку очевидно, что модель работы с абитуриентами и курсантами УВЦ требует значительного повышения эффективности профориентационной работы и создания условий для рационального и осознанного выбора траектории профессионального развития уже на начальных этапах взаимодействия с военными институтами.

#### **Литература**

1. Бородавкин В.А., Бурковецкий К.А., Бутко В.В., Прядкин А.С. Интеграция гражданского и военного образования – основа качественной подготовки специалистов военного профиля // Наука. Общество. Оборона. – 2016. – №3. – С.6.



2. Ендовицкий Д.А. Проблемы и перспективы развития военного образования в классическом вузе // Высшее образование в России. – 2012. – №4. – С.25-32.

3. Костин К.В., Палачев Н.И. Военные учебные центры в системе подготовки военных кадров // Динамика развития системы военного образования: Материалы МНПК, посвященной 75-й годовщине военной подготовки в ОмГТУ / Под ред. К.В.Костина. – Омск: ОмГТУ, 2019. – С.99-103.

4. Сокол Л.Н., Ярулин И.Ф. Учебные военные центры – современная система военно-профессиональной подготовки офицеров Вооруженных сил России // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2017. – №4. – С.188-192.

5. Самохвалов Ю.П. Учебные военные центры в системе современного военного образования: социологический анализ: Автореф. дисс.... Канд. соц. наук. – Екатеринбург, 2015.

6. Марков К.В. Личностные особенности курсантов учебного военного центра при высшем учебном заведении // Педагогическое образование в России. – 2014. – №7. – С.21-25.

7. Сокол Л.Н. Ценностные ориентиры, формирующие привлекательность получения военной специальности в гражданском вузе (на примере вузов Дальнего Востока) // Социология. – 2017. – №4. – С.142-146.

8. Карлова Е.Н., Жаркова Л.С., Морозова Н.В., Суханов П.В. Факторы неопределенности социального статуса студентов учебных военных центров как новой социальной группы военной молодежи //

Историческая и социально-образовательная мысль. – 2012. – №1. – С.181-185.

9. Суханов П.В., Карлова Е.Н. Воинская идентичность студентов учебных военных центров // Социально-гуманитарные знания. – 2012. – №5. – С.167-275.

10. Суханов П.В., Карлова Е.Н., Морозова Н.В. Проблема воинской идентичности студентов учебных военных центров // Армия и общество. – 2012. – №4. – С.42-47.

**Military training centers and military departments through the eyes of the far-east students**

**Sokol L.N.**

Komsomolsk-on-Amur State University

Military education in civil universities enhances the human potential of the armed force. Currently, Russian Ministry of Defense introduces a new educational institution, military training centers (MTCs) in addition to a more traditional institution of military departments (MD). The article reports the results of a sociological survey, conducted in universities of Russia's Far East. The study allows to reveal students' perceptions and attitudes toward various educational forms of military education. It was found that, in contrast to MD students, a significant share (appr. 30%) of MTC cadets are disappointed by their choice and the prospects of military service in general. The findings show that the Russian MoD should pay greater attention to current and future cadets' career guidance and planning, making their possible career trajectories more visible and attractive.

**Keywords:** military training center, military department, higher military education, military service, military career

**References**

1. Borodavkin V.A., Burkovetsky K.A., Butko V.V., Pryadkin A.S. Integration of civil and military education is the basis of high-quality training of military specialists // Science. Society. Defense. - 2016. - No. 3. - С.6.
2. Endovitsky D.A. Problems and prospects of the development of military education in a classical university // Higher education in Russia. - 2012. - No. 4. - S.25-32.
3. Kostin K.V., Palachev N.I. Military training centers in the system of training military



- personnel // Dynamics of the development of the military education system: Materials of the ISTC dedicated to the 75th anniversary of military training at OmSTU / Ed. K.V. Kostina. - Omsk: OmSTU, 2019. -- S.99-103.
4. Sokol L.N., Yarulin I.F. Military training centers - a modern system of military-vocational training of officers of the Armed Forces of Russia // State and Municipal Administration. Scientists notes. - 2017. - No. 4. - S.188-192.
  5. Samokhvalov Yu.P. Military training centers in the system of modern military education: a sociological analysis: Abstract. diss .... Cand. social sciences. - Ekaterinburg, 2015.
  6. Markov K.V. Personal characteristics of cadets of a military training center at a higher educational institution // Pedagogical education in Russia. - 2014. - No. 7. - S.21-25.
  7. Falcon L.N. Value guidelines that form the attractiveness of obtaining a military specialty in a civilian university (for example, universities in the Far East) // Sociology. - 2017. - No. 4. - S.142-146.
  8. Karlova E.N., Zharkova L.S., Morozova N.V., Sukhanov P.V. Uncertainty factors of the social status of students of military training centers as a new social group of military youth // Historical and socio-educational thought. - 2012. - No. 1. - S. 181-185.
  9. Sukhanov P.V., Karlova E.N. Military identity of students of military training centers // Social and humanitarian knowledge. - 2012. - No. 5. - S.167-275.
  10. Sukhanov P.V., Karlova E.N., Morozova N.V. The problem of military identity of students of military training centers // Army and society. - 2012. - No. 4. - S. 42-47.



## Факторы личностной мотивации в моделировании среды обучения

Шипунова О.Д., Березовская И.П.,  
Кедич С.И.

Процесс обучения в высшей школе предполагает процесс личностного развития потенциального субъекта профессиональной деятельности, в котором структура мотивации играет ключевую роль. Тенденции к индивидуализированным маршрутам обучения в онлайн среде обостряет внимание исследователей к факторам личностного развития студента, активизации его внутренней мотивации к овладению знаниями и самостоятельной ориентации в информационном поле. Цель данной статьи – исследование параметров личностной мотивации студентов технических и гуманитарных направлений профессиональной подготовки. Методология исследования опирается на концептуальную базу психологической теории самоактуализации, в которой структура личностного развития представлена параметрами, доступными для измерения и количественного анализа его результатов. Эмпирическое исследование факторов личностной мотивации проводилось в виде измерения среднего уровня самоактуализации референтной группы студентов ПГУПС. Методика исследования определялась сформированной в гуманистической психологии матрицей базовых и дополнительных шкал для оценки параметров самоактуализации как интегральной характеристики личностного развития и вопросником «Самоактуализационный тест». Полученные результаты исследования уровня самоактуализации студентов различных профилей обучения позволяют оценивать векторы личностной мотивации в информационной среде, могут использоваться при разработке индивидуальных образовательных маршрутов профессиональной подготовки.

**Ключевые слова:** личностная мотивация, параметры самоактуализации, образовательная среда, высшая школа, персонализация, онлайн обучение.

### Введение

Перспективы развития цифровой культуры современного общества связаны с расширением виртуального образовательного пространства, с постоянным наполнением его информацией и новыми 3D-технологиями. На этом фоне актуализируется проблема психологической адаптации к расширенным средам обучения. В задачи моделирования обучающей онлайн среды включается отношение студентов к этой среде, а также контекстные условия, поддерживающие их внутреннюю мотивацию к освоению профессионального знания [1]. Учет индивидуальных предпочтений и психологических особенностей студента является важным фактором в организации он-лайн обучения, когда преподаватель и ученик наделяются виртуальными функциями, открывающими новые информационные каналы [1, 2]. В этом случае организация управления знаниями в образовательном процессе связывается с персонализацией онлайн-среды, с моделированием процесса обучения через типологию предоставления знаний, ориентированную на стиль мышления учащихся [4, 5].

Восприятие разноплановой информации предполагает интеллектуальную активность молодого человека, актуализацию общих фоновых знаний в процессе обучения.





Неслучайно в новых моделях адаптивных систем электронного обучения актуальную задачу составляет передача неявного знания. В образовательной практике формирование общих знаний и навыков работы с информацией соотносится с представлением о личностном потенциале развития, который лежит в основе адекватного восприятия будущим специалистом окружающего мира и своего места в нем. В профессиональном обучении саморазвитие связано с достижением более полного соответствия своих личностных качеств и устремлений выбранной профессии. Вхождение в профессиональную сферу предполагает длительный процесс развития отношений человека к своей будущей профессии и к самому себе как потенциальному субъекту профессиональной деятельности. Самоанализ в этом случае ориентирован на понимание молодым человеком степени соответствия собственных способностей и ценностных ориентации требованиям выбираемой профессии. При этом главной мотивирующей силой к интеллектуальному развитию может служить переживание, связанное с осознанием достаточности или недостаточности своего личного опыта в той или иной жизненной и профессиональной ситуации.

Главные установки данной статьи связаны с анализом уровня саморазвития и самооценки студентов вуза. Мы исследуем личностные условия адаптации студентов к расширенной среде обучения, используя терминологическую и теоретическую базу гуманистической психологии, в рамках которой выделена матрица параметров личностного разви-

тия. Внутренняя мотивация и стремление личности к развитию и реализации своих способностей обозначена как потребность в самоактуализации, под которой понимается единство векторов индивидуального развития. Термин *самоактуализация* ввел в оборот К. Гольдштейн [6] в значении многослойного интегрального основания личностного развития, который представлен матрицей факторов, отражающих психическую структуру личности.

Цели статьи:

- сравнительный анализ параметров самоактуализации студентов первого курса технических и гуманитарных направлений профессиональной подготовки на основании метода психологического тестирования;

- исследование среднего уровня самоактуализации студентов первого курса в контексте адаптации к электронной среде обучения на основании базовых шкал, выделяющих в матрице самоактуализации параметры, указывающие на способность ориентации во времени и степень независимости поведения субъекта от внешнего влияния.

Мы хотим показать, что повышение уровня профессиональной подготовки молодых людей в существенной мере определяется готовностью студента к самостоятельному действию в онлайн среде обучения, адаптация к которой обеспечивается достаточным уровнем самоактуализации. В этой связи конкретные задачи эмпирического характера в нашем исследовании связаны с получением и обобщением информации о параметрах самоактуализации студентов Санкт-Петербургского государственного транспортного университета им. Императора Алек-



сандра I на основании данных психологического тестирования групп первокурсников.

В обработке данных результаты индивидуального опроса мы систематизируем в блоки, характеризующие разные стороны структуры личности:

1) Блок ценностей, включающий шкалу для измерения ценностей и гибкости поведения во взаимодействии;

2) Блок чувств, включающий шкалы измерения уровня чувственности, рефлексивности, спонтанности в действиях;

3) Блок самовосприятия, включающий шкалы для диагностики уровня самоуважения и самоприятия без посторонней критики;

4) Блок концепции человека, включающий шкалы для измерения уровня сформированности представлений о природе человека и способности к целостному восприятию мира;

5) Блок межличностной чувствительности, включающий шкалы для измерения уровня склонности к агрессии и установлению эмоциональных контактов;

6) Блок отношения к познанию, включающий шкалы для измерения уровня стремления к познанию и креативности

#### *Обзор литературы*

В основании психологической концепции самоактуализации лежат методологические принципы, разработанные в XXв. К.Левиним [7], К. Гольдштейном [8], Дж. Оллпортом [9]. Теорию самоактуализации связывают с именами А. Maslow [9] и К. Роджерса [10], систематизировавшими параметры психологического анализа уровней самоактуализации в виде базовых

и дополнительных шкал, применимых для измерения в эмпирическом исследовании. А. Маслоу подчёркивал, что его определение *самоактуализации* родилось внутри американской среды, но применимо для исследования этого феномена в других культурных средах.

В образовательной деятельности высшей школы наряду с профессиональным обучением, происходит становление личности, поэтому формированию составляющих самоактуализации современные исследователи уделяют пристальное внимание [11, 12]. В работе [13] авторы предлагают метод определения применимости онлайн курса с учетом трех параметров самоактуализации: стиль обучения, тип поведения, предварительные знания. Акцентируется изучение психологической готовности студентов-медиков к электронному обучению [14]. В определении степени готовности к электронному обучению студентов первого и четвертого курсов технического профиля фактор готовности к саморазвитию выделяется наряду с технологической компетенцией [15].

В современной литературе уровни личностного развития в параметрах самоактуализации исследуются в контексте построения программ непрерывного образования с целью выявить влияние такого рода программ на развитие потенциала человека и личной самореализации в жизни [16]. Влияние внутренней мотивации на развитие общих навыков в профессиональном обучении менеджменту отмечается в исследовании [17]. Авторы показывают на основании опроса 360 студентов бакалавриата, кото-



рые использовали бизнес-симуляционную игру, что удовлетворение врожденных потребностей в компетентности, автономии и родстве позволяют людям поддерживать внутреннюю мотивацию, облегчает взаимодействие в процессе обучения и профессиональной деятельности.

### Методы

Методологическая база исследования определяется принципом взаимосвязи профессионального и личностного развития в процессе обучения. Теоретическую основу данного исследования составляют: теория самоактуализации А. Маслоу, концепция психологического восприятия времени и временной ориентации субъекта Ф. Перлза [18] и Р.Мэй [19]. Феномен самоактуализации в психологии представлен многомерной величиной, доступной для эмпирического исследования методом опроса и статистического анализа его результатов.

В данной работе эмпирическое исследование проводится методом психологического тестирования. Для проведения измерений среднего уровня самоактуализации референтной группы используется сформированная в гуманистической психологии матрица, включающая базовые и дополнительные шкалы для оценки параметров самоактуализации. Для исследования уровня самоактуализации референтной группы студентов выделены 2 базовые шкалы: Шкала «Компетентность во времени» (включает 17 пунктов для оценочного суждения). Шкала «Поддержка» (включает 91 пункт). Дополнительные шкалы (в количестве 12) служат для оценки различных сторон личностного развития и включают от

10 до 20 пунктов для оценочного суждения.

*Описание методики проведения эмпирического исследования.*

*Цель* исследования - получение информации о параметрах самоактуализации студентов первого курса технического и гуманитарного направления подготовки.

В эмпирическом исследовании принимали участие 83 человека, из которых 49 юношей и 34 девушки в возрастном диапазоне от 17 до 18 лет. Все респонденты являются студентами 1-го курса Санкт-Петербургского государственного университета путей сообщения имени Императора Александра 1 различных направлений профессиональной подготовки: 38 человек - студенты социо-гуманитарного направления (психологи, менеджеры). 45 человек - студенты технического направления (строительство железных дорог, мостов и транспортных туннелей).

Исследование проводилось по методике САТ «Самоактуализационный тест» [20]. Тест построен по принципу POI (Personal Orientation Inventory – <http://jremc.esy.es/B923A55/personal-orientation-inventory-test.pdf>).

Тест состоит из 126 пунктов, каждый из которых включает два суждения ценностного или поведенческого характера (<https://psycabi.net/testy/226-uroven-samoaktualizatsii-lichnosti-test-sat-voprosnik-samoal>).

В обработке данных использовалась программа IBM SPSS Statistics 19 [21].

Критерии интерпретации оценки среднего уровня самоактуализации в обработке результатов опроса:



Статистический уровень психической нормы самоактуализации - оценки в диапазоне 45-55 баллов

Низкий уровень самоактуализации – оценки в диапазоне ниже 40-45.

Высокий уровень самоактуализации - 60 баллов (по нормам POI 55-70 баллов) [22].

**Результаты**

Общие результаты опроса для выделенных групп студентов представлены в таблицах и диаграммах с указанием усредненных факторов самореализации в процентах.

*Результаты исследования среднего уровня самоактуализации по базовым шкалам (Рис. 1, таблица 1)*

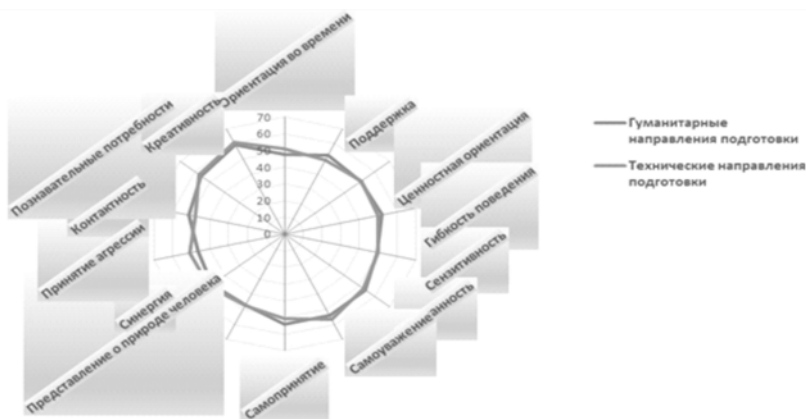


Рис.1. Различия параметров самоактуализации у студентов, обучающихся на технических и гуманитарных направлениях

Таблица 1  
Различия параметров самоактуализации у студентов, обучающихся на технических и гуманитарных направлениях подготовки

| Параметры самоактуализации       | Гуманитарные направления подготовки |                     | Технические направления подготовки |                     | t-критерий Стьюдента |                    |
|----------------------------------|-------------------------------------|---------------------|------------------------------------|---------------------|----------------------|--------------------|
|                                  | Среднее                             | Стандарт отклонение | Среднее                            | Стандарт отклонение |                      | Уровень значимости |
| Ориентация во времени            | 8,103 ± 0,564                       | 3,040               | 8,710 ± 0,397                      | 2,209               | -0,88                |                    |
| Поддержка                        | 47,517 ± 1,099                      | 5,920               | 44,742 ± 1,018                     | 5,668               | 1,855                |                    |
| Ценностные ориентации            | 10,172 ± 0,484                      | 2,606               | 10,194 ± 0,561                     | 3,124               | -0,03                |                    |
| Гибкость                         | 12,517 ± 0,613                      | 3,302               | 11,968 ± 0,530                     | 2,949               | 0,681                |                    |
| Сензитивность к себе             | 6,448 ± 0,331                       | 1,785               | 6,484 ± 0,270                      | 1,503               | -0,08                |                    |
| Спонтанность                     | 7,517 ± 0,363                       | 1,957               | 7,355 ± 0,424                      | 2,360               | 0,289                |                    |
| Самоуважение                     | 8,138 ± 0,387                       | 2,083               | 8,484 ± 0,399                      | 2,219               | -0,62                |                    |
| Самопринятие                     | 11,379 ± 0,464                      | 2,499               | 10,645 ± 0,483                     | 2,690               | 1,093                |                    |
| Представление о природе человека | 4,724 ± 0,253                       | 1,360               | 4,774 ± 0,310                      | 1,726               | -0,12                |                    |
| Синергия                         | 3,414 ± 0,176                       | 0,946               | 3,516 ± 0,185                      | 1,029               | -0,40                |                    |
| Принятия агрессии                | 7,414 ± 0,459                       | 2,472               | 8,129 ± 0,340                      | 1,893               | -1,26                |                    |
| Контактность                     | 10,310 ± 0,410                      | 2,206               | 9,613 ± 0,376                      | 2,092               | 1,257                |                    |
| Познавательные потребности       | 6,138 ± 0,284                       | 1,529               | 6,290 ± 0,251                      | 1,395               | -0,40                |                    |
| Креативность                     | 8,303 ± 0,563                       | 3,040               | 8,510 ± 0,396                      | 2,198               | -0,89                |                    |



На основании полученных данных, можно сделать вывод, что студенты, обучающиеся на технических и гуманитарных направлениях подготовки, не имеют значи-

мых различий в уровне самоактуализации.

Результаты сравнительного исследования параметров самоактуализации у юношей (Рис.2, табл. 2)

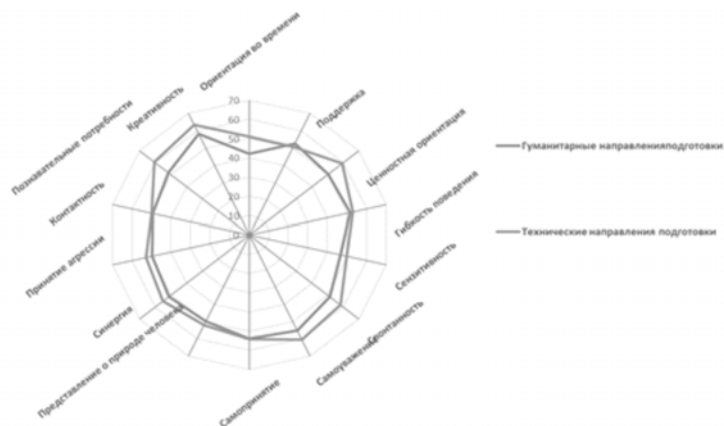


Рис. 2. Различия параметров самоактуализация у юношей

Таблица 2  
Значимые различия параметров самоактуализация у юношей, обучающиеся на технических и гуманитарных направлениях подготовки

| Параметры самоактуализации       | Юноши, обучающиеся на технических направлениях подготовки |                     | Юноши, обучающиеся на гуманитарных направлениях подготовки |                     | t- критерий Стьюдента | Уровень значимости |
|----------------------------------|---|---------------------|--|---------------------|-----------------------|--------------------|
|                                  | Среднее   | Стандарт отклонение | Среднее  | Стандарт отклонение |                       |                    |
| Ориентация во времени            | 8,667 ± 0,583   | 2,257               | 7,133 ± 0,786  | 3,044               | 1,567                 |                    |
| Поддержка                        | 46,133 ± 1,804  | 6,988               | 47,800 ± 1,733   | 6,710               | -0,666                |                    |
| Ценностные ориентации            | 11,867 ± 0,729  | 2,825               | 10,067 ± 0,714   | 2,764               | 1,764                 |                    |
| Гибкость                         | 12,733 ± 0,636  | 2,463               | 12,400 ± 0,682   | 2,640               | 0,358                 |                    |
| Сензитивность к себе             | 6,467 ± 0,363   | 1,407               | 6,067 ± 0,371  | 1,438               | 0,770                 |                    |
| Спонтанность                     | 8,133 ± 0,559   | 2,167               | 7,200 ± 0,518  | 2,007               | 1,224                 |                    |
| Самоуважение                     | 9,067 ± 0,628   | 2,434               | 8,267 ± 0,530  | 2,052               | 0,973                 |                    |
| Самопринятие                     | 11,400 ± 0,861  | 3,334               | 11,333 ± 0,688   | 2,664               | 0,061                 |                    |
| Представление о природе человека | 5,200 ± 0,428   | 1,656               | 5,000 ± 0,378  | 1,464               | 0,350                 |                    |
| Синергия                         | 3,867 ± 0,307   | 1,187               | 3,600 ± 0,235  | 0,910               | 0,690                 |                    |
| Принятия агрессии                | 8,467 ± 0,477   | 1,846               | 7,933 ± 0,679  | 2,631               | 0,643                 |                    |
| Контактность                     | 10,000 ± 0,498  | 1,927               | 9,867 ± 0,601  | 2,326               | 0,171                 |                    |
| Познавательные потребности       | 6,667 ± 0,347   | 1,345               | 5,667 ± 0,319  | 1,234               | 2,121                 | 0,05               |
| Креативность                     | 8,897 ± 0,583   | 2,257               | 8,133 ± 0,786  | 3,002               | 1,467                 |                    |

Различия по шкале «познавательные потребности» (уровень значимости  $p \leq 0,05$ ) свидетельствуют, что юноши технического направления подготовки более

нацелены приобретать знания в разных сферах и в целом об окружающем мире, в отличие от юношей гуманитарного направления подготовки.



Результаты сравнительного исследования параметров самоактуализации у девушек (Рис.3, таблица 3)

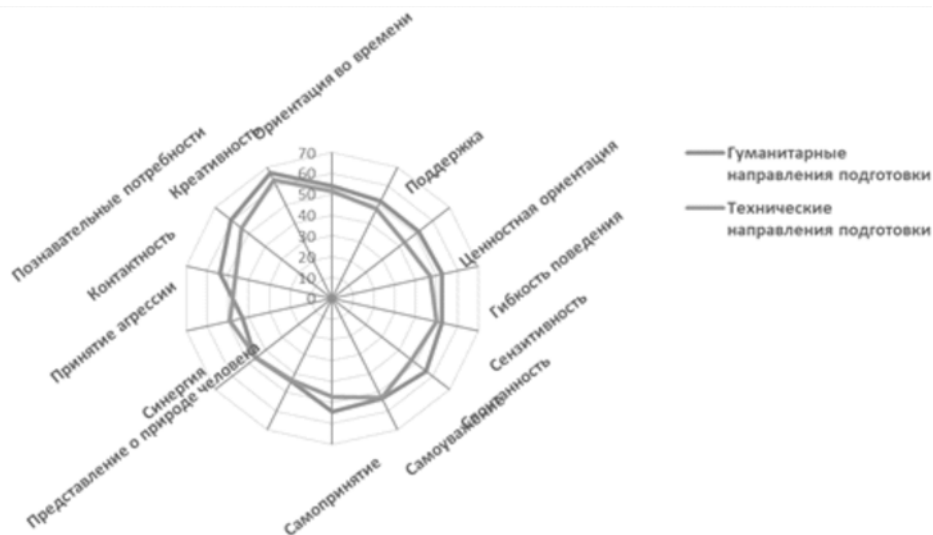


Рис. 3. Различия параметров самоактуализация у девушек

Таблица 3  
Значимые различия параметров самоактуализации у девушек, обучающихся на разных направлениях

| Параметры самоактуализации       | Девушки, обучающиеся на технических направлениях подготовки |                     | Девушки, обучающиеся на гуманитарных направлениях подготовки |                      | t- критерий Стьюдента | Уровень значимости |
|----------------------------------|---|---------------------|--|----------------------|-----------------------|--------------------|
|                                  | Среднее   | Стандарт отклонение | Среднее  | Стандарт отклонение. |                       |                    |
| Ориентация во времени            | 8,750 ± 0,559   | 2,236               | 9,143 ± 0,740  | 2,770                | -0,430                |                    |
| Поддержка                        | 43,438 ± 0,966  | 3,864               | 47,214 ± 1,383   | 5,177                | -2,283                | 0,05               |
| Ценностные ориентации            | 8,625 ± 0,645   | 2,579               | 10,286 ± 0,675   | 2,525                | -1,777                |                    |
| Гибкость                         | 11,250 ± 0,814  | 3,256               | 12,643 ± 1,067   | 3,992                | -1,052                |                    |
| Сензитивность к себе             | 6,500 ± 0,408   | 1,633               | 6,857 ± 0,553  | 2,070                | -0,528                |                    |
| Спонтанность                     | 6,625 ± 0,591   | 2,363               | 7,857 ± 0,512  | 1,916                | -1,554                |                    |
| Самоуважение                     | 7,938 ± 0,478   | 1,914               | 8,000 ± 0,584  | 2,184                | -0,084                |                    |
| Самопринятие                     | 9,938 ± 0,433   | 1,731               | 11,429 ± 0,644   | 2,409                | -1,965                | 0,05               |
| Представление о природе человека | 4,375 ± 0,437   | 1,746               | 4,429 ± 0,327  | 1,222                | -0,096                |                    |
| Синергия                         | 3,188 ± 0,188   | 0,750               | 3,214 ± 0,261  | 0,975                | -0,085                |                    |
| Принятия агрессии                | 7,813 ± 0,485   | 1,940               | 6,857 ± 0,601  | 2,248                | 1,250                 |                    |
| Контактность                     | 9,250 ± 0,559   | 2,236               | 10,786 ± 0,547   | 2,045                | -1,952                |                    |
| Познавательные потребности       | 5,938 ± 0,347   | 1,389               | 6,643 ± 0,452  | 1,692                | -1,254                |                    |
| Креативность                     | 8,850 ± 0,559   | 2,236               | 9,343 ± 0,740  | 2,670                | -0,420                |                    |





Различия параметров самоактуализации у девушек технического и гуманитарного направления подготовки обнаружили по шкалам: «Поддержка» (уровень значимости  $p \leq 0,05$ ) и «Самопринятие» (уровень значимости  $p \leq 0,05$ ). По сравнению с девушками, обучающимися по техническому направлению, девушки гуманитарного профиля более самостоятельны и независимы от внешних оценок и влияния общественного мнения.

### Дискуссия

Анализ усредненных результатов опроса по базовым шкалам параметров самоактуализации (Рис.1) показал невысокие баллы по шкале «Ориентация во времени» у студентов и технической и гуманитарной направленности подготовки. Это говорит о дискретности восприятия собственной жизни, ограниченность жизненной перспективы каким-то одним отрезком времени. По базовой шкале «Поддержка» выявился средний результат, что свидетельствует о невысокой степени зависимости студентов от внешних обстоятельств.

Что касается показателей по дополнительным шкалам, то здесь наблюдаются некоторые различия между студентами, получающими образование по техническим и гуманитарным направлениям подготовки. Уровень самопринятия (самодостаточности) у студентов гуманитарных направлений выражен в большей степени, нежели у студентов технического направления. Что говорит о независимости самооценки.

У студентов и технического и гуманитарного профилей подготовки показатели по шкале Ценност-

ной ориентации чуть ниже средних, что указывает на недостаточную сформированность систем ценностей, согласно которым живет личность. Средние баллы по шкале «гибкость поведения» указывает на определенный догматизма в поведении и недостаточно развитую способность приспосабливаться к изменяющимся условиям окружающего мира.

Для первокурсников характерна невысокая чувствительность к своим собственным переживаниям и потребностям, о чем свидетельствуют средние показатели по шкале «Сензитивность». Наличие чуть выше средних показателей по шкале «Спонтанность» указывает на то, что они ничего не опасаются, открыто выражая свои собственные чувства и эмоции.

Немного выше средних показатели по шкалам «Самоуважение» указывают на то, что оценка себя еще находится в процессе формирования, поэтому показатели самоуважения невысокие. Показатели по шкале «Самопринятие» выше, чем по шкале «Самоуважение», хотя самопринятия достичь гораздо сложнее. Согласно полученным результатам опроса по этой шкале, можно говорить о том, что процесс формирования склонности принимать свои недостатки и слабости, осуществляется интенсивнее, чем формирование самоуважения.

Ниже средних баллы по шкале «Взгляд на природу человека» указывает на то, что человек в его сущности не кажется студентам первого курса хорошим, бескорыстным, добрым. Эти показатели практически не отличаются у студентов технического и гуманитарного направления подготовки.





Самые низкие баллы получили по шкалам «Синергии» и «Шкала Ценностных ориентаций», которые выступают индикаторами готовности к целостному, гармоничному восприятию мира. Показатели по шкале «Познавательные потребности» говорят о высокой степени выраженности стремления к овладению знаниями.

Средние показатели по шкале «Принятие агрессии» указывают на попытки скрывать или подавлять в себе это качество. О невысокой способности студентов создавать глубокие и тесные контакты с окружающими людьми свидетельствуют средние баллы по шкале «Контактность». На присутствие творческого потенциала у студентов указывают выше средних показатели по шкале «Креативность».

#### Заключение

Нормальный уровень самоактуализации (45-55 Т-баллов) выступает интегральным индикатором личностной мотивации, который характеризует способность субъекта действовать самостоятельно и ответственно в процессе обучения, обеспечивает формирование продуктивного алгоритма адаптации к расширенной электронной среде обучения, максимальное соответствие человека и его профессии в перспективе.

Результаты исследования среднего уровня самоактуализации студентов первого курса и технического и гуманитарного профиля показали по базовой шкале недостаточный уровень самостоятельности в оценке информационной среды. Невысокий уровень самоактуализации в этом случае говорит о необходимости курировать студен-

тов первого курса в выборе траекторий обучения в он-лайн среде.

Результаты исследования параметров самоактуализации по дополнительной шкале «Познавательные потребности» позволяют сделать вывод, что юноши технического направления подготовки интеллектуально более адаптированы к расширению образовательной среды, внутренне нацелены приобретать знания в разных сферах.

Практическая значимость исследования состоит в том, что полученные результаты особенностей самоактуализации студентов разных профилей подготовки могут быть использованы в разработке программ повышения уровня мотивации к освоению профессиональных знаний в контексте пресонализации онлайн обучения.

#### Литература

1. National Forum for the Enhancement of Teaching and Learning in Higher Education (2019), "Using Learning Analytics to Support the Enhancement of Teaching and Learning in Higher Education," in *teachingandlearning.ie*, Published February 28, 2017, Last Accessed June 23, 2019, <https://www.teachingandlearning.ie/publication/using-learning-analytics-to-support-the-enhancement-of-teaching-and-learning-in-higher-education/>
2. Scott C. L. (2015). The future of learning 3: What kind of pedagogies for the 21st century? UNESCO education research and foresight working papers. Paris, France. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002431/243126e.pdf>.
3. Pomerantz J. (2018). Learning in Three Dimensions: Report on the



EDUCAUSE/HP Campus of the Future Project. ECAR research report. Louisville, CO: EDUCAUSE, August 2018, Kentucky, USA, <https://library.educause.edu/~media/files/library/2018/8/ers1805.pdf?la=en>

4. Krämer N. C. and Bente G. (2010). Personalizing e-Learning. The Social Effects of Pedagogical Agents. *Education Psychology Review*, 22(1), 71-87, <https://doi.org/10.1007/s10648-010-9123-x>.

5. Mustafa A. (2018). The personalization of e-learning systems with the contrast of strategic knowledge and learner's learning preferences: An investigatory analysis. *Applied Computing and Informatics* (August 2018), <https://doi.org/10.1016/j.aci.2018.08.001>.

6. Goldstein K. and Scheerer M., M. (1941). Abstract and concrete behavior. *Psychological Monographs*, 53, 110-130.

7. Левин К. Динамическая психология: Избранные труды. М.: Смысл, 2001.-. 572 с.

8. Олпорт Г. Личность в психологии. М.: КСП+; СПб: Ювента. 1998. – 345с. G. 9. Маслоу А. Мотивация и личность. 3-е изд. СПб.: Питер, 2019. 400с.

10. Роджерс К.Р. Становление личности: Взгляд на психотерапию. 2-е изд. – М. ИОИ, 2018 – 241 с.

11. Klochkova E., Volgina A., Demytyev S. and Klochkov Y. (2016). Human Factor in Quality Function Deployment. Second International Symposium on Stochastic Models in Reliability Engineering, Life Science and Operations Management (SMRLO), IEEE, 466-468, DOI: 10.1109/SMRLO.2016.817

12. Levesque R.J.R. (2018). Self-Actualization. In: Levesque R.J.R. (ed.) *Encyclopedia of Adolescence*. Springer, Cham. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-33228-4\\_355](https://doi.org/10.1007/978-3-319-33228-4_355)

13. Yi Ren, Zhao-xia, DaiXiao-huan, ZhaoMing-ming and FeiWentian Gan (2017). Exploring an on-line course applicability assessment to assist learners in course selection and learning effectiveness improving in e-learning. *Learning and Individual Differences*, 60, 56-62, <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2017.09.002>.

14. Coopasami M., Knight S. and Pete M. (2017). e-Learning readiness amongst nursing students at the Durban University of Technology. *Health Sa Gesondheid*, 22 (2017), 300-306, <http://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/103117.pdf>.

15. Hadining A.F., Sukanta and Hidayat W. (2019). An investigation of student perspective for e-learning readiness measurement (Conference Paper). Proceedings of the 9th International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, IEOM 2019; JW Marriott Hotel Bangkok, Bangkok; Thailand; 5-7 March 2019, 548-555; Код 141008.© IEOM Society International.

16. Akçay C. and Akyol B. (2014). Self-actualization Levels of Participants in Lifelong Education Centers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 1577-1580, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.437>.

17. Buil I., Catalán S. and Martínez E. (2019). Encouraging intrinsic motivation in management training: The use of business simulation games. *The International Journal of Management Education*, 17(2), 162-



171,  
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.02.002>.

18. Перлз Ф., Хефферлин Р., Гудмэн П. Опыты психологии самопознания /практикум по гештальттерапии/. - М.: Гиль-Эсте 1993 240 с.

19. R. May (1996). *The Meaning of Anxiety* (Rev. ed.). W. W. Norton & Company, New York, USA.

20. Ю. Е. Алешина, Л. Я. Гозман, М. В. Загика и М. В. Кроз. Самоактуализационный тест. Studfiles, <https://studfiles.net/preview/2229889/>.

21. Наследов А. Д. SPSS 19, Профессиональный статистический анализ. СПб.: Питер. 2011. - 400с.

22. Shostrom E. L. (1967). *Man, the manipulator: the inner journey from manipulation to actualization*. Abingdon Press, Nashville, Virginia, USA.

**Factors of personal motivation in modeling the learning environment**

Shipunova O.D., Berezovskaya I.P., Kedich S.I.,

Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University

The learning in higher school involves the process of personal motivation of a potential professional subject in which the structure of motivation plays a key role. Tendencies to individualized learning routes in the online environment sharpen researchers' attention to the factors of a student's personal development, increasing his internal motivation to master knowledge and self-orientation in the information field. The purpose of this article is to study the parameters of personal motivation of students of technical and humanitarian areas of vocational training. The research methodology is based on a conceptual basis of the psychological theory of self-actualization, in which the structure of personal development is represented by parameters available for measurement and quantitative analysis of its results. An empirical study of personal development factors was carried out in the form of measuring the average level of self-actualization of a reference

group of students from PGUPS. The research methodology was determined by a matrix of basic and additional scales formed in humanistic psychology to assess the parameters of self-actualization as an integral characteristic of personal development, and the questionnaire "Test for self-actualization". The averaged results obtained in the course of the study make it possible to assess the vectors of personal development and motivation of students from different directions in the information environment of the university and they can be used to develop individual training programs in the context of personalizing e-learning.

**Keywords:** personal motivation, self-actualization parameters, learning environment, university, personalization, e-learning.

**References**

1. National Forum for the Enhancement of Teaching and Learning in Higher Education (2019), "Using Learning Analytics to Support the Enhancement of Teaching and Learning in Higher Education," in teachingandlearning.ie, Published February 28, 2017, Last Accessed June 23, 2019, <https://www.teachingandlearning.ie/publication/using-learning-analytics-to-support-the-enhancement-of-teaching-and-learning-in-higher-education/>
2. Scott C. L. (2015). *The future of learning 3: What kind of pedagogies for the 21st century?* UNESCO education research and foresight working papers. Paris, France. <http://unesdoc.unesco.org/images/0024/002431/243126e.pdf>.
3. Pomerantz J. (2018). *Learning in Three Dimensions: Report on the EDUCAUSE / HP Campus of the Future Project*. ECAR research report. Louisville, CO: EDUCAUSE, August 2018, Kentucky, USA, <https://library.educause.edu/~media/files/library/2018/8/ers1805.pdf?la=en>
4. Krämer N. C. and Bente G. (2010). *Personalizing e-Learning. The Social Effects of Pedagogical Agents*. *Education Psychology Review*, 22 (1), 71-87, <https://doi.org/10.1007/s10648-010-9123-x>.
5. Mustafa A. (2018). *The personalization of e-learning systems with the contrast of strategic knowledge and learner's learning preferences: An investigatory analysis*. *Applied Computing and Informatics* (August 2018), <https://doi.org/10.1016/j.aci.2018.08.08.001>



6. Goldstein K. and Scheerer M., M. (1941). Abstract and concrete behavior. *Psychological Monographs*, 53, 110-130.
7. Levin K. *Dynamic Psychology: Selected Works*. M.: Sense, 2001.-. 572 p.
8. Allport G. *Personality in Psychology*. M.: KSP +; St. Petersburg: Juventa. 1998. - 345s. G. 9. Maslow A. *Motivation and personality*. 3rd ed. SPb.: Peter, 2019.400s.
10. Rogers K.R. *Becoming a person: A look at psychotherapy*. 2nd ed. - M. IOI, 2018 - 241 p.
11. Klochkova E., Volgina A., Dementyev S. and Klochkov Y. (2016). Human Factor in Quality Function Deployment. *Second International Symposium on Stochastic Models in Reliability Engineering, Life Science and Operations Management (SMRLO)*, IEEE, 466-468, DOI: 10.1109 / SMRLO.2016.817
12. Levesque R.J.R. (2018). Self-Actualization. In: Levesque R.J.R. (ed.) *Encyclopedia of Adolescence*. Springer, Cham. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-33228-4\\_355](https://doi.org/10.1007/978-3-319-33228-4_355)
13. Yi Ren, Zhao-xia, DaiXiao-huan, ZhaoMing-ming and FeiWen-tian Gan (2017). Exploring an on-line course applicability assessment to assist learners in course selection and learning effectiveness improving in e-learning. *Learning and Individual Differences*, 60, 56-62, <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2017.09.002>.
14. Coopasami M., Knight S. and Pete M. (2017). e-Learning readiness amongst nursing students at the Durban University of Technology. *Health Sa Gesondheid*, 22 (2017), 300-306, <http://isiarticles.com/bundles/Article/pre/pdf/103117.pdf>.
15. Hadining A.F., Sukanta and Hidayat W. (2019). An investigation of student perspective for e-learning readiness measurement (Conference Paper). *Proceedings of the 9th International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, IEOM 2019*; JW Marriott Hotel Bangkok, Bangkok; Thailand; 5-7 March 2019, 548-555; Code 141008. © IEOM Society International.
16. Akçay C. and Akyol B. (2014). Self-actualization Levels of Participants in Lifelong Education Centers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 116, 1577-1580, <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.4.437>.
17. Buil I., Catalán S. and Martínez E. (2019). Encouraging intrinsic motivation in management training: The use of business simulation games. *The International Journal of Management Education*, 17 (2), 162-171, <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.02.02.002>.
18. Perls F., Hefferlin R., Goodman P. *Experiments in the psychology of self-knowledge / workshop on gestalt therapy /*. - M.: Gil Este 1993 240 p.
19. R. May (1996). *The Meaning of Anxiety* (Rev. ed.). W. W. Norton & Company, New York, USA.
20. Yu. E. Aleshina, L. Ya. Gozman, M.V. Zagika and M.V. Croz. *Self-actualization test*. Studfiles, <https://studfiles.net/preview/2229889/>.
21. Nasledov A. D. *SPSS 19, Professional statistical analysis*. SPb.: Peter. 2011. -- 400s.
22. Shostrom E. L. (1967). *Man, the manipulator: the inner journey from manipulation to actualization*. Abingdon Press, Nashville, Virginia, USA.



## Новации и традиции в жизни современной женщины

Богатырева Л.Г.

В статье рассматриваются вопросы, связанные с пониманием новаций и традиций в жизни женщины. В связи с этим внимание обращается на возрастные этапы (молодость, зрелость, пожилой возраст, старость), которые включают в себя ряд задач, которые необходимо решить женщине. По мнению автора, при всей новационности жизни современной женщины, она не должна отступать от решения традиционных задач (семья, дети, внуки). В этом достигается та цельность ее жизни, которая позволяет охватить главное: состояться как личность и как представительница женского пола, получить образование и создать семью. В амбивалентности бытия женщины и раскрывается особенность ее жизненного пути.

**Ключевые слова и фразы:** путь жизни женщины, современность, традиция, новация, возрастные этапы, амбивалентность.

### Введение

В научной литературе отмечается, что «в современном обществе происходит новое осмысление сущности женщины, под которым, в первую очередь, понимается реализация личностного начала. Традиционно сущность женского начала определялась как реализация природного назначения и соотносилась с биологической организацией. В настоящее время женское начало реализует себя иначе, становится активным субъектом деятельности» [2]. Означает ли это полный отход женщины от традиционного образа жизни, или же имеет место некая трансформация, сохраняющая и привычные для женщины сферы ее жизнедеятельности?

Очевидно, что современная материально обеспеченная женщина может позволить себе большую свободу действий, включая концентрацию внимания на профессиональной деятельности. Поэтому неудивительно, что женщины активно пробуют себя в профессиональной сфере: женщина-руководитель, женщина-предприниматель и проч. Для молодых и социально активных женщин это становится жизненным



приоритетом. На это они тратят свое время, силы и средства, здесь они находят возможности для самореализации. В научной литературе даже отмечается, что пришло время переосмыслить роль «женщин в формировании новых рыночных структур. Особое место в исследовании этих процессов должно принадлежать общим проблемам становления женского предпринимательства» [12, с. 249]. Нам понятна такая постановка вопроса, ведь, хорошо известно, что женщина более «гибкая», «пластична» в отношениях с людьми. Она лучше видит и чувствует «другого» человека. Это, безусловно, не только привлекает к ней внимание, но и делает ее более эффективной в работе с клиентами и партнерами. Специально подчеркнем, что женщина пользуется большим доверием у людей разного возраста: она может расположить к себе и молодого, и пожилого человека. В этом кроется секрет ее профессиональных успехов. Кроме того, женщина как активный субъект деятельности всегда стремится к новизне. Оригинальность у нее просто «в крови». Можно сказать, что инаковость бытия выступает основой ее существования. В литературе обращается внимание на то, что «женщина всегда охотно откликнется на то, что связано с приобретением к прекрасному, что позволяет членам семьи интересно провести время. Не случайно в последнее время пользуются большой популярностью спа-салоны, аквааэробика, фитнес-клубы и т.п.» [4]. Словом, женщина как активный субъект деятельности, обладающий значительной свободой действий имеет все необходимое для того,

чтобы реализовать себя в предпринимательстве [3]. При этом отметим, что это – не только российская, но и общая мировая тенденция. Более того, исследователи отмечают положительность этой тенденции, заявляя, что общество оказывается более социально ориентированным и стабильным там, где во властных структурах женщины «составляют 30-40%» [10].

Но дает ли сказанное основание полагать, что жизнь современной женщины радикально изменяется? Думается, что нет. Все значительно сложнее. Для того, чтобы раскрыть некоторые отличительные особенности жизни современной женщины, обратимся к специфике ее возрастных этапов. Они позволят нам, как мы надеемся, увидеть в «динамике» жизнь современной женщины и определить место новаций и традиций в ее существовании.

В связи с этим целью настоящей работы является рассмотрение традиций и новаций в основных возрастных этапах жизни женщины. Для достижения данной цели необходимо решить следующие задачи: охарактеризовать следующие возрастные периоды в жизни современной женщины – молодость (18 – 30 лет), зрелость (30 – 50 лет), пожилой возраст (50 – 70 лет), старость (70 и старше); показать в них место традиционного и новационного укладов жизни.

#### Методы исследования

Основным методом исследования в работе выступает метод диалектики, нацеливающий на рассмотрение предмета в развитии, во взаимодействии всех его сторон, в единстве существующих противоположностей, в разрешении возни-





кающих противоречий. В этом случае диалектика обеспечивает единство исторического и логического, анализа и синтеза в исследовании особенностей пути жизни современной женщины.

Кроме того, для понимания особенностей пути жизни современной женщины важно положение, сформулированное Протагором: «Человек есть мера всех вещей». Применительно к теме пути жизни современной женщины это имеет особое значение, потому что именно женщина является созидательницей своего пути жизни. Определяя ценности своего существования, она формирует направленность пути жизни, осуществляет его изменение [6].

Вместе с тем в работе активно используется метод актуализации, который помогает показать важность положений, сформулированных в прошлом, для решения проблем настоящего. В своем единстве указанные методы позволяют всесторонне исследовать вопрос о новациях и традициях в жизненном пути современной женщины.

#### **Результаты исследования**

Молодость (18 – 30 лет) – важнейшая пора в жизни женщины. Именно в этот период она должна заложить фундамент всей своей последующей жизни. И в зависимости от того, как будут решены задачи этого возраста, такой и будет ее последующая жизнь. В силу этого на первый план выдвигаются две задачи – учеба и дружба. Учеба – это веление времени и его необходимость. Без добротного образования просто невозможно реализовать себя в профессиональной сфере. Новые образова-

тельные технологии позволяют в единицу времени освоить больший объем материала, а значит, увеличивается интенсивность образования, открываются новые возможности в постижении профессии. Молодые женщины с интересом включают в процесс обучения, получают высшее образование, которое является «значимым» [9] в их жизни и которое, как известно, является основанием для того, чтобы претендовать на руководящие должности. Причем некоторые из них не останавливаются на достигнутом, а идут дальше, получая дополнительное высшее образование [11]. Профессиональное образование соседствует с активной жизненной позицией. При этом молодые женщины уделяют большое внимание общению со сверстниками. В свою очередь, выстраивание дружеских отношений помогает им в решении многих вопросов.

Между тем учеба и дружба закладывают фундамент для решения других задач: карьера и семья. В зависимости от приобретенных знаний, умений и навыков молодые женщины раскрывают себя на работе, демонстрируя довольно высокий уровень готовности в решении профессиональных задач. При этом среди друзей и знакомых обязательно появляется человек, к которому женщина начинает относиться с большей симпатией. Так возникает влюбленность, которая перерастает в любовь. Любовь в молодости справедливо связывается в общественном сознании с временем создания семьи. Все существо женщины стремится к выстраиванию серьезных отношений с избранником. В этом проявляет себя, прежде всего, ее «биологиче-



ское предназначение» [7, с. 7], а следовательно, традиционный образ жизни продолжает оказывать воздействие на ее существование.

Для нас важно отметить, что последовательное решение обозначенных задач – учеба и дружба, карьера и семья – не только намечают этапы молодости, но и представляют ее как целостное образование, имеющее свою структуру, в которой традиции хорошо уживаются с новациями. И все, что нужно женщине – это проявить активность в реализации важнейших жизненных планов. Для этого у нее есть все – свобода, независимость и желание. Нужно только действовать в этих направлениях. Действовать и надеяться на лучшее. Ибо всегда нужна еще удача: встретить именно того, единственного, с кем она пройдет по жизни. Это, кстати сказать, довольно сложная жизненная проблема. Однако вновь подчеркнем, что большая свобода и независимость современных женщин дает им новые возможности для решения возникшей проблемы. Женщина может поменять место жительства, она может завести себе новых друзей, может сама сделать первый шаг навстречу своему избраннику. Нужно действовать, ведь известно, что под лежачий камень вода не течет.

Зрелость (30 – 50 лет) – возраст опытных женщин, знающих особенности пути жизни человека. В этот период правомерно говорить об опыте семейной, профессиональной жизни женщины. Опыт семейной жизни женщины связан с пониманием главного – в семье нет мелочей, все важно. Простые слова – «мне нужно тебе сказать», «что будем делать» – все указывает на необходимость взаимодействия. Семья и есть

форма взаимодействия. Пока члены семьи демонстрируют готовность взаимодействовать друг с другом и являют это взаимодействие (взаимопонимание, взаимоотношение, взаимопомощь и т.д.) семья как целостность сохраняется и развивается. Как только уходит желание взаимодействовать, так сразу начинаются проблемы [5]. Для зрелой женщины это выступает аксиомой семейной жизни. Она стремится всеми возможными для нее способами сохранить семью. Например, зрелая женщина всегда следит за своей внешностью. Если надо, то она и в сорок лет займется фитнесом. Кроме того, она много времени проводит с детьми – учеба, кружки, культурные мероприятия – все имеет для нее значение. Приходит понимание «ценностей родительства» [1]. Ну, и, конечно же, она заботится о муже – его внешний вид, одежда, интерес к его профессиональной жизни. Словом, семейная жизнь как величайшая ценность возвышается и оберегается женщиной. А это традиционная сфера ее бытия.

Кроме того, к этому времени женщина накапливает опыт профессиональной жизни. Он связан с пониманием важности отношений на работе. Современные социологические исследования показывают, что женщины все более приближаются к «статусу идеального работника» [8]. Женщина хорошо понимает, что профессиональная сфера – это, прежде всего, люди, которые требуют к себе внимания. Очевидно, что люди различаются по возрасту, полу, опыту, возможностям профессиональной самореализации. И все это стремится учитывать в профессиональной деятельности женщина-руководитель.



Особенно это заметно в преподавательской деятельности. Когда приходит на работу молодой ассистент, то, как правило, его начинают патронировать зрелые преподаватели: помогают войти в коллектив, правильно подготовить рабочие программы, провести итоговое занятие. Если на работу приходит умудренный профессиональным опытом доцент, то внимание в основном фокусируется на межличностных отношениях, по работе лишь идет согласование рабочих планов и программ.

Отличительной особенностью женщин является формирование такой рабочей атмосферы, в которой много тепла, душевности, человечности. Достаточно сказать, что там, где трудятся женщины, обязательно появляются на окнах цветы, к праздникам оформляются помещения и наряду с профессиональной жизнью и праздниками обязательно отмечаются личные события.

Словом, в зрелости женщины нацелены на работу и удачно совмещают материнство и трудовую деятельность. Это тем более важно подчеркнуть, ведь, согласно социологическим исследованиям, «жизненный успех связывают с семейными ценностями (54,4% молодежи и 68,3% старшего поколения)» [9].

Пожилой возраст (50 – 70 лет) в жизни женщины имеет ярко выраженную направленность на внуков. Женщина, тонко чувствуя специфику человеческой жизни, понимает главное – помочь новой жизни окрепнуть и удержаться на праведном жизненном пути. Поэтому замужние женщины за пятьдесят, как правило, уделяют много времени внукам. При этом их интересует все – и пища, и одежда, и учеба, и кружки, и отдых.

Словом, вся палитра жизни. Женщина как бы в очередной раз проходит все те же круги, которые уже были пройдены ею в процессе воспитания своих детей. Безусловно, приобретенный опыт позволяет сконцентрироваться на главном и избежать прошлых ошибок.

Главное состоит в том, чтобы окружить внука/внучку любовью и лаской. Для настоящей женщины – это само собой разумеющееся дело. Все ее существо нацелено на душевность, позитивность эмоций. Однако с годами приходит и понимание того, что любовь не исключает приобщения к полезной работе. Мудрая бабушка научит внучку и шить, и печь, и готовить. Но главное, пожалуй, состоит в том, что она научит структурировать свою жизнь, намечать планы, предлагать пути их достижения и добиваться результата.

Старость (70 лет и старше) – это время, когда активная фаза жизни женщины уже пройдена. Основные результаты ее жизни также явлены: семья, дети, внуки, правнуки, подруги, карьера. Все основное в ее жизни уже случилось и состоялось. Женщина начинает вести жизнь пенсионерки. Конечно же, основные ее заботы о детях, внуках и правнуках. Нужно видеть лицо женщины, когда она обнимает правнука. Оно все светится каким-то теплым светом. Правнук предстает своеобразным видимым результатом ее усилий. Когда она недосыпала, будучи мамой, когда нянчила внука, забывая о себе. И вот теперь она держит на руках своего правнука. Что может быть более значимым результатом жизни женщины?! Конечно же, правнуки, а если будет ей суждено, то и праправнуки – вот главный результат ее жизни! Этот момент заставля-



ет не только вернуться к наиболее важным особенностям пути жизни женщины, но и подчеркнуть значимость традиционных ценностей ее существования.

Действительно, когда женщине за семьдесят, то виднее становятся главные особенности ее жизни. Это дети! Да, с детьми сложно: их капризы, болезни, непослушание – все это изматывает женщину. Но, оказывается, что благодаря детям ее жизнь становится наполненной, осмысленной и просто правильной. Будучи мамой, она спешила домой, чтобы помыть, накормить, уложить спать своих детей. Будучи бабушкой, она приходила на помощь, чтобы сделать уроки с внучкой, сходить с ней на прогулку. И будучи прабабушкой, она опять нужна, чтобы посидеть с правнучкой, рассказать ей сказку. Когда жизнь женщины заполнена заботами о детях, внуках и правнуках, тогда она счастлива.

Если посмотреть на жизнь женщины периода молодости через призму этих идей, то становится понятным то, что должно быть приоритетным для нее – это все-таки семья, рождение детей. Вот ось ее бытия. И то, что на протяжении тысячелетий женщина занималась именно этим делом, говорит не только об его исторической важности, но и о вечно значимом аспекте ее бытия. Да, современность открывает новые возможности для женщины. Да, она с удовольствием разъезжает на автомобиле. Да, она может быть руководителем большой фирмы. Но, в конечном счете, не это оказывается главным в ее бытии. Это – всего лишь «сопутствующие», если так можно выразиться, временные аспекты ее бытия, которые дает ей исторически-

конкретное время. Главное все-таки состоит в том, что она должна родить! И через роды она не только должна состояться как женщина, но и заложить фундамент своего последующего бытия, став бабушкой и прабабушкой. И никакие украшения, машины, дома, назначения и должности, ничего не может заменить главного в ее жизни – детей. А если так, то женщина уже в двадцать лет должна готовить себя к семейной жизни. Она не должна себя вести так, как ей заблагорассудится. Она должна выстраивать серьезные отношения с молодыми людьми. И приоритетом для нее должен быть добрый, умный, хозяйственный мужчина, который понимает, что он должен помочь женщине реализовать себя в качестве представительницы женского рода и желает этого. Одним словом, женщина должна искать Человека, понимающего ее желания, устремления и готового вместе с ней пройти по жизни. Это серьезная жизненная задача. Но только от ее решения будет зависеть счастливая жизнь женщины.

Конечно же, сказанное не отрицает активности женщины как члена гражданского общества, ее участия в жизни города и страны. Нет. Это лишь подчеркивает главное в ее женском бытии – быть подательницей и охранительницей жизни! Женщина должна это помнить и в нужный момент предпринимать шаги для реализации этого.

### **Заключение**

Таким образом, современность привносит в жизнь женщины много нового. Наряду с традиционными аспектами бытия (любовь, семья, дети) добавляются новые моменты



(самостоятельность, активность, нацеленность на образование и карьеру, реализация себя). При этом важно заметить, что новое не должно отрицать традиционного. Более того, оно может и должно предполагать его. Женщина все также хочет детей, также желает создать свою семью. Однако при этом она стремится реализовать себя еще и в профессиональном плане. Эта амбивалентность ее бытия является не только индикатором современности, но и показателем тех изменений, которые произошли в ее жизни. Более того, динамика жизни женщины обращает на себя внимание и заставляет внести изменения в концепцию жизненного пути женщины. Очевидно, что путь жизни женщины должен быть понят как динамическое образование, включающее в себя изменение как необходимый элемент женского бытия. Женщина должна стремиться успеть все: и получить образование, и проявить себя в профессиональном плане, и создать семью. Все должно быть сделано в свое время. В этом достигается та цельность женщины, которая ей необходима для построения целостности жизненного пути. При этом ей следует помнить, что современность не отрицает традиционного – семьи и детей. То, к чему предназначена женщина, должно свершиться в ее жизни. А работа – это средство обеспечения ее жизни и форма ее самореализации в личностном плане. Думается, что такое понимание вопроса не только расставляет акценты, но и помогает современной женщине достойным образом выстроить свой путь жизни и пройти его.

#### Литература

1. Безрукова О.Н. Ценности родительства: структура, типы, ресурсы // Социологические исследования. 2016. № 3. С. 118-127.

2. Доева Л. И. Представления о будущем супруге и семейно-брачной установки современной молодежи: гендерный аспект // Сибирский педагогический журнал. 2013. № 2. С. 222-225.

3. Ермаков С. А., Ермакова Е. В. Предпринимательство как ценность жизни человека // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. 2013. №3. Ч.1. С.65-67.

4. Ермаков С. А., Ермакова Е. В. Философия бизнеса в культуре предпринимательства // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. 2013. № 6. Ч. 2. С. 63-64.

5. Ермаков С. А., Кашина О. П. Негативные тенденции в жизни современного человека зрелого возраста // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. 2014. № 7. Ч. 2. С. 73-75.

6. Ермаков С.А., Мезина Л. Г. Модели пути жизни человека: позитивные и негативные аспекты // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота. 2012. № 7. Ч. 1. С. 62-65.

7. Ильин Е.П. Дифференциальная психофизиология мужчины и женщины. СПб., 2003. 544 с.



8. Исупова О.Г. Материнская карьера: дети и трудовые стратегии // Социологические исследования. 2015. № 10. С. 185-194.

9. Маршак А.Л., Рожкова Л.В. Жизненный успех в представлениях российской молодежи // Социологические исследования. 2015. № 8. С. 157-160.

10. Канапьянова Р. М. Женщины в системе государственной власти // Социологические исследования. 2007. № 2. С. 68-75.

11. Сущкова Е.И. Социально-психологические особенности женщин, получающих дополнительное высшее образование // Женщина в российском обществе. 2015. № 1. С. 18-23.

12. Чирикова А. Е. Женское предпринимательство в России: концептуальные подходы и направления исследований // Гендер и экономика: мировой опыт и экспертиза российской практики / Отв. редактор и составитель Е.Б. Мезенцева. М.: ИСЭПН РАН - МЦГИ – "Русская панорама", 2002. 352 с.

**Innovations and traditions in the life of a modern woman**

**Bogatyreva L.G.**

Lobachevsky State University of Nizhny Novgorod

The article deals with the issues related to the understanding of innovations and traditions in the life of women. In this regard, attention is drawn to the age stages (youth, maturity, old age, old age), which include a number of tasks that need to be solved by a woman. According to the author, with all the innovation of modern woman's life, she should not deviate from the traditional tasks (family, children, grandchildren). This achieves the integrity of her life, which allows you to cover the main thing: to take place as a person and as a representative of the female sex, to get an education and start a family. The ambivalence of being a woman reveals the peculiarity of her life path.

**Keywords:** woman's way of life, modernity, tradition, innovation, age stages, ambivalence.

**References**

1. Bezrukova O.N. Values of parenthood: structure, types, resources // Sociological studies. 2016. No. 3. P. 118-127.
2. Doeva L.I. Representations of the future spouse and the family and marriage setting of modern youth: a gender aspect // Siberian Pedagogical Journal. 2013. No.2. S. 222-225.
3. Ermakov S. A., Ermakova E. V. Entrepreneurship as the value of human life // Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Questions of theory and practice. Tambov: Diploma. 2013. No.3. Part 1. S.65-67.
4. Ermakov S. A., Ermakova E. V. Philosophy of business in the culture of entrepreneurship // Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Questions of theory and practice. Tambov: Diploma. 2013. No. 6. Part 2. S. 63-64.
5. Ermakov S. A., Kashina O. P. Negative trends in the life of a modern person of mature age // Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Questions of theory and practice. Tambov: Diploma. 2014. No. 7. Part 2. S. 73-75.
6. Ermakov S. A., Mezina L. G. Models of a person's life: positive and negative aspects // Historical, philosophical, political and legal sciences, cultural studies and art history. Questions of theory and practice. Tambov: Diploma. 2012. No. 7. Part 1. S. 62-65.
7. Ilyin EP Differential psychophysiology of a man and a woman. SPb., 2003.554 s.
8. Isupova O.G. Maternal career: children and labor strategies // Sociological studies. 2015. No. 10. P. 185-194.
9. Marshak A.L., Rozhkova L.V. Life success in the ideas of Russian youth // Sociological studies. 2015. No. 8. P. 157-160.
10. Kanapyanova R. M. Women in the system of state power // Sociological studies. 2007. No. 2. P. 68-75.
11. Sushkova E.I. Socio-psychological characteristics of women receiving additional higher education // Woman in Russian society. 2015. No. 1. P. 18-23.
12. Chirikova AE Female Entrepreneurship in Russia: Conceptual Approaches and Research Areas // Gender and Economics: World Experience and Expertise of Russian Practice / Отв. editor and compiler EB Mezentseva. M.: ISEPN RAS - ICGS - "Russian Panorama", 2002. 352 p.





## Юрий Крижанич как предшественник идеологии русского мира: к постановке проблемы

Мочалов Е.В.

**Введение.** Актуальность статьи обусловлена недостаточным вниманием исследователей к творческому наследию одного из выдающихся мыслителей XVII века Юрия Крижанича, идеи которого можно рассматривать в качестве теоретического источника концепта «русского мира». Автор анализирует взгляды мыслителя на место России в западно-европейской цивилизации, особенности ее цивилизационного развития.

**Материалы и методы.** Основу исследования составляет анализ взглядов Ю. Крижанича, отраженных в его трактате «Политика», выступающего в качестве важнейшего источника понимания и осмысления русской истории XVII века. В качестве методологии автором избраны герменевтический и компаративистский подходы.

**Результаты исследования.** В ходе исследования выявлена характерная особенность языка данного сочинения, не являющегося тождественным ни одному из славянских языков того времени. Этот искусственный язык, созданный самим Крижаничем, называемый «всеславянским», является отражением одной из идей мыслителя о политическом, религиозном и культурном объединении славянских народов. На основе анализа произведения сделаны выводы о том, что впервые в русской политической мысли прозвучало заявление о политике как науке, а понимание политики мыслителем раскрывается там, где речь идет о четырех «столпах» государства, которыми являются благочестие, богатство, сила и мудрость.

**Обсуждение и заключение.** Исследование показало актуальность политических взглядов Ю. Крижанича и его выводов о том, как надо править государством, чтобы все люди в нем были счастливы, чтобы русский народ стал «самым прославленным между народами и возглавил все славянские народы». Предметом дальнейших исследований может быть анализ воззрений Ю. Крижанича в области экономики.

**Ключевые слова:** концепт «русский мир», цивилизация, западничество, славянофильство, внутренняя политика

**Введение.** Творчество одного из оригинальных мыслителей XVII века Юрия Крижанича приходится на испытания и социальные потрясения времени бунташного века в истории России. В XVII веке, в эпоху Смутного времени Россия пережила и польско-шведскую интервенцию, и в это же время была Крестьянскую войну под руководством Ивана Болотникова и Степана Разина. Военные кампании России с Польшей, Швецией, Турцией, Крымским ханством отвлекали очень большие средства у экономики страны. Однако XVII век – это и время больших достижений России, отмеченное укреплением российского государства: пределы России расширились до берегов Тихого океана. И, наконец, в 1654 году на Переяславской раде было принято историческое решение о воссоединении Украины и России.

Сходные процессы происходили и в культуре. Старые формы средневековой культуры начинают постепенно размываться и трансформироваться в новое направление демократической культуры, которое проявляет себя во всем блеске в книжном творчестве.

Со второй половины XVII века в Россию начинает проникать стиль барокко, выполняя ту же прогрессивную функцию, что и Ренессанс в странах Европы. Таким образом, XVII век предстает весьма противоречивым и динамичным перио-



дом развития русской истории, меняющим средневековые каноны на новые образцы.

Это был век великого изменения уклада жизни всего российского населения, и, в конце концов, именно он завершился явлением Петра Великого. В этом отношении очень интересны слова исследователя русской философской мысли древнерусского периода Михаила Николаевича Громова, который писал: «XVII век – это уже не Средневековье. Это еще и не Новое время, каким мы его знаем по XVIII веку. Старая культура шла к упадку, новая только набирала силы. Крушение вековых устоев вызвало тревогу, появление свежих веяний – надежду на будущий взлет» [5, с. 210].

Современником этих общественных перипетий стал хорватский священник, католик Юрий Крижанич. Известно, что он впервые посетил Россию в составе польской дипломатической миссии в 1647 году, а позднее прибыл в Россию в 1659 году под видом украинского беженца. Второй визит Юрия Крижанича растянулся практически на 20 лет. Оценивая его воззрения, подчеркнем, что он предстает новатором политической мысли. Мыслитель утверждает и обосновывает тезис о том, что Россия, возможно, предстанет как центр новообъединенного славянства. Это объединение, по мнению Крижанича, успешно могло противостоять возрастающей силе и возрастающему влиянию немецкого протестантизма, а также турецкого владычества.

Вместе с тем, есть все основания предполагать, что Крижанич оставался преданным католиче-

ской вере на протяжении своего длительного пребывания в России. Вскоре после своего второго приезда в Россию занимает должность библиотекаря и составителя каталогов в Кремле, критикует Русскую Православную Церковь, которая, по его мнению была подчинена государству. Видимо, по этой самой причине в 1661 году его высылают в Сибирь, в далекий Тобольск, где он и оставался до окончания правления царя Алексея Михайловича. В период этой ссылки Крижанич написал несколько очень содержательных и глубоких сочинений о политическом состоянии допетровской России.

Крижанич вернулся в Москву только в 1677 году, пытаясь заручиться поддержкой нового монарха. Из многочисленных трудов, написанных на тникхорватском, польском, латинском языках, смеси хорватского и латинского языков, наиболее интересна книга «Политика, или беседы о власти». По своему жанру она напоминает советы государю по управлению страной. Исторические параллели при анализе этого сочинения напрашиваются сами собой: речь идет о небезызвестной книге Николы Макиавелли «Князь, или «Государь». Крижанич в какой-то степени стал «русским Макиавелли».

**Обзор литературы.** Научное наследие Ю. Крижанича достаточно изучено современными исследователями, а его идею о славянском единстве поддерживали многие видные ученые XIX-XXI веков. (См.: Белокуров С. А. Юрий Крижанич в России, 1902; Роганович И. Ю. Крижанич и его философия национализма. Казань, 1899; Валь-



денберг В. Е. Государственные идеи Крижанича. Спб., 1912).

На основании авторского прочтения трудов Крижанича М. О. Акишин устанавливает, что в своих политических сочинениях Крижанич сформулировал оригинальную политико-правовую теорию, включавшую систему международно-правовых воззрений. Оригинальность воззрений Крижанича для европейца XVII в. заключается в том, что русское государство

он относил к цивилизованным. Мыслитель доказал суверенность власти московского самодержца и его равноправие в международных отношениях с европейскими монархами, сформулировал гуманное учение о праве войны, глубоко разработал публичную и частную проблематику права международной торговли<sup>6</sup>.

О. Платонов подчеркивает, что в своих исследованиях Крижанич приходит к выводу о необходимости объединения славян путем просвещения и литературного сближения. Крижанич увлекся изучением истории России и считал ее родиной всех славян. «Русский народ, – писал он, – и имя всем прочим, начало и корень». Чтобы объединить все славянские племена, считал Крижанич, необходимо прежде всего создать единый «всеславянский» язык и написать на этом языке книги, доступные всем славянам<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> Акишин М. О. Международно-правовые воззрения Ю. Крижанича / Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки», 2015, 2(6). – С. 39-46.

<sup>7</sup> Платонов О. А. Святая Русь. Энциклопедический словарь русской цивилизации. – М. Православное издательство «Энциклопедия русской цивилизации», 2000.

Л. М. Мордухович, анализируя философские и социологические взгляды Ю. Крижанича отмечает, что в разработанной им классификации наук Крижанич отнёс философию к разряду «мирского знания», включив в её состав «логику, физику и этику»<sup>8</sup>. В «Политике» он рассматривал философию как важнейший компонент человеческой деятельности и видел в ней не только теоретическую дисциплину и особый вид интеллектуального искусства, но «тщательную и обдуманную рассудительность», без которой невозможно обойтись в серьезных делах. Всемирную историю мыслитель рассматривал как непрерывный процесс, в ходе которого одни народы и страны приходят в упадок, а другие достигают расцвета. Крижанич был сторонником провиденциализма, однако допускал возможность воздействия людей на некоторые стороны исторического процесса. В современной эпохе такого рода роль играет Россия, которая может и должна способствовать созданию единой славянской цивилизации. Однако сама Россия нуждается в реформировании – укреплении государственной власти, законодательном оформлении общественной жизни (признании прав сословий), более интенсивном и современном развитии экономики.

По мнению С.М. Брайовича, Крижанич глубоко изучил экономическое и политическое положение России, подчеркивал необходимость развития в ней торговли, ремесла и земледелия. С патриоти-

<sup>8</sup> Мордухович Л. М. Философские. и социологические взгляды Юрия Крижанича /Краткие сообщения Института славяноведения АН СССР, 1963, № 36.



ческих позиций он пытался понять роль славянства в мировом историческом процессе, считая, что оно развивается по восходящей линии, хотя постоянно подвергается угнетению и оскорблению со стороны чужеземцев, особенно турок и немцев. Особую роль в судьбе славян он отводил России, которая, превратившись благодаря передовым реформам в ведущую мировую державу, освободит поработанные славянские и другие народы и поведет их вперед. Крижанич предпринял попытку создания общеславянского языка, разработал его грамматику, поэтому его называют отцом славянской филологии. Идеи Крижанича свидетельствуют о том, что в России того времени складываются предпосылки для проведения глубоких реформ, как писал Г. В. Плеханов, его программа «во многих отношениях напоминает программу Петра I»<sup>9</sup>.

А. Л. Гольдберг отмечает, что проекты Ю. Крижанича выросли в основном на русской почве. Опираясь на глубокое знание жизни русского общества, он пытался осмыслить русскую действительность и сравнить ее с жизнью других народов<sup>10</sup>.

Из последних работ, посвященных творчеству Крижанича и открывающих новые грани его творчества, безусловно, следует отметить исследования Н. И. Безлепки-

на<sup>11</sup>, В. М. Диановой<sup>12</sup>, А. Е. Рыбаса<sup>13</sup>. Н. И. Безлепкин подчеркивает, что «мечтая о создании единого языка, Крижанич при этом называет «всеславянский язык» русским. Русь для него – это корень всего славянства». По утверждению В. М. Диановой, «в создании особого «всеславянского языка» и его усовершенствования Крижанич видит один из важнейших путей культурного сближения и взаимопонимания славян». А. Е. Рыбас, рассматривая идеи Крижанича в контексте истории русской философии связывает их с той традицией русской мысли, которая «характеризуется методологической скромностью в познании истины и неметафизической трактовкой философской проблематики».

Ставя перед собой цель исследовать труды Ю. Крижанича в аспекте «русского мира», мы рассмотрели его философские, общественно-политические и экономические взгляды..

**Материалы и методы.** Основу нашего исследования составляет анализ взглядов Ю. Крижанича, отраженных в его трактате «Политика», выступающего в качестве важнейшего источника понимания и осмысления социальной истории России XVII века. В качестве мето-

<sup>11</sup> Безлепкин Н. И. Проект «всеславянского языка» Юрия Крижанича // Журнал русской философии и культуры «Вече», № 30. – СПб, 2018. – С.56-67.

<sup>12</sup> Дианова В. М. Идея славянского единства в воззрениях Юрия Крижанича и ее последующие сторонники // Журнал русской философии и культуры «Вече», № 30. – СПб, 2018. – С.68-79.

<sup>13</sup> Рыбас А. Е. «Незаметная мудрость» Юрия Крижанича: попытка актуализации // Журнал русской философии и культуры «Вече», № 30. – СПб, 2018. – С.80-88.

<sup>9</sup> Брайович С. М., Жулинская Э. В. Новые книги о лингвистических грудах Ю. Крижанича // Филологические науки. 1988. № 6.

<sup>10</sup> Гольдберг А. Л. Идея славянского единства» в сочинениях Юрия Крижанича // Труды отдела древнерусской литературы Института русской литературы (Пушкинский Дом) АН СССР. Т. 19. Л., 1963. С. 373-390.



дологии нами избраны герменевтический и компаративистский подходы. Первый представляет собой теорию и искусство интерпретации текста. В фокусе герменевтической интерпретации – выявление психологических особенностей автора, проникновение в духовный мир его произведения, в его цели, мысли, волю и чувства, что позволяет адекватно передать его смысл, а следовательно, понять его.

Компаративистский подход, в общем виде, заключается в сравнении нескольких культур с целью выявления в них неких общих, универсальных принципов и установок, а также с целью нахождения различий, свидетельствующих о самобытности рассматриваемых традиций. При компаративистском подходе используется два важнейших инструмента: понимание на основе герменевтического метода и сравнение на основе понимания.

#### **Результаты исследования.**

Трактат Крижанича «Политика» [6] выступает в качестве важнейшего источника понимания и осмысления русской истории XVII века, а автор труда предстает как крупнейший мыслитель своего времени, предшественник идеи славянского единства.

Так, в разделе «Беседы о правлении» мыслитель приводит размышления и высказывания других государственных деятелей о политике и о формах правления: Филипп Комминь, Паоло Парута, Юст Липсий [6, с. 371].

В понимании Крижанича, всякое государство состоит из противоречивых частей. Если в них есть несогласие и борьба, то все это ведет к упадку и разорению государства.

Крижанич утверждает: «Если королевство попадет под власть иных народов, подобно польскому, где правят иноплеменники. Если нужно будет платить дань какому-либо иному народу, то в этом случае все это принесет народу только зло и ... надо позаботиться о том, чтобы государство «изгнало» эти болезни. ... Хороший правитель не довольствуется тем, что сохраняет государство в прежнем его состоянии, но всегда стремится сделать его богаче, сильнее, достойнее и непременно счастливее [6, с. 373]. Философ отрицает такую внутреннюю политику, когда «ради подарков ... на Руси чужеземцам даны были такие права и вольности, каких сами чужеземцы пожелали или могли бы пожелать» [6, с. 586].

Крижанич утверждает, что богатство и благопроцветание страны зависит не только от количества золота и серебра государственной казны. Мощь государства состоит в «обширности державы», в «неприступности крепостей», в «хороших законах». Крижанич полагает, что процветание страны зависит в немалой степени от благосостояния населения. В этой связи он видит что причину бедствий русского народа в том, что «мы сами себя не знаем, а чужестранцам верим [6, с. 375].

Крижанич вменяет в обязанность государю сделать народ счастливым и следить за исполнением законов: «Где законы хорошие – там и подданные довольны, и чужеземцы хотят туда придти. А где законы жестокие – там свои собственные подданные жаждут перемены правления и часто изменяют, если могут, а чужеземцы боятся приходить. О, государь,



управляй людьми так, чтоб они не хотели перемен» [6, с. 381].

Для процветания государства необходимо вести успешную торговлю. Крижанич полагает, что проблема России заключается в отсутствии в ней хороших торговых путей; должны развиваться ремесла, для чего нужно «запретить привозить извне те товары, равноценные которым есть у нас дома. ... Ведь немцы задешево покупают нашу рыбу, а свою сельдь продают нам по дорогой цене» [6, с. 398]. Развитию ремесла, по мнению Крижанича, в России мешают «безделие и праздность», которые являются его врагами. Поэтому нужно государю следить, чтобы народ был занят, всячески содействовать развитию ремесел.

Небезинтересны суждения Крижанича о богатстве, силе и мудрости. Мыслитель пишет о том, что, «богатство и сила – вещи осязаемые, потому что все люди их видят... . А мудрость – незаметна, поэтому для многих «остаётся неизвестной», «многие к ней не стремятся», а «многие даже ненавидят ее» [6, с. 453]. Крижанич советует царю нужно стремиться сделать подданных мудрыми, прививать народу стремление к мудрости: «...мы считаем, что именно сейчас пришло время нашему народу учиться наукам. Ибо в сие время бог по своему милосердию и щедрости вознес на Руси славу, силу и величие славянского королевства так высоко, что в прошедшие века у нашего народа никогда не бывало столь славного королевства» [6, с. 454].

Высказывания Крижанича оценивают и роль философии: «Не знаю, кто первый разнес по Руси

этот глупый предрассудок или мудроборческую ересь, говорящую о том, будто богословие, философия и знание языков есть не что иное как ересь. Но ведь святое писание и отцы учат нас не этому, а совсем противоположному» [6, с. 455].

На страницах своих книг Крижанич предстает как мудрый государственный деятель. В разделе «О политической мудрости» он доказывает, что «из всех мирских наук самая благородная наука и всем госпожа – это политика, или королевская мудрость» [6, с. 461]. Основой политической мудрости, по мнению Крижанича, являются «духовные заповеди: «Познай самого себя» и «Не верь чужестранцам» [6, с. 461]. .

В разделе «О правах и о неумелости нашей и о том, как судят о нас другие народы», Крижанич устами двух собеседников Бориса и Хервоя говорит о том, что славянский народ, который состоит из шести племен: русских, поляков, чехов, болгар, сербов и хорватов, – «очень унижаем в современном мире». Его «или презирают, или расхищают богатства его, а также ругают, порочат и ненавидят ..., и называют варварами» [6, с. 476]. . Это происходит, по мнению Крижанича, по причине того, что «варварами называются люди, таящие в себе какие-либо особенные пороки», «не имеющие домов», которые «неумелы, нерадивы, беспечны, неискусны» [6, с. 476-477].

Мыслитель приходит к выводу, что жители России плохо живут, так как не имеют чувства собственного достоинства, позволяя чужеземцам унижительно говорить о нас. Обращаясь к славянскому народу, Крижанич анализирует причины





бедственного положения в русской земле: «роскошь в одежде», «неплодородие земли», «долгие зимы», «злых соседей», «малочисленность жителей» [6, с. 481-482]. Вместе с тем, он убежден, чтобы Россия стала счастливой, она должна объединить под своим руководством славянские народы, должно быть установлено «совершенное самовладство» [6, с. 482]. . Если это будет, то страна обретет безопасные рубежи, хороших соседей, будут созданы благоприятные условия для развития торговли и судоходства [6, с. 482]. .

Крижанич критически относится к тому, что «о нашем славянском народе мало пишут другие народы и «только язвят их обидными пословицами» [6, с. 487]. «Русский народ снискал себе дурную славу у иных народов, кои пишут, что у русских скотский и ослиный нрав, и что они не сделают ничего хорошего, если их не принудить палками и батогами, как ослов» [6, с. 586]. Но о русском народе и о его «преславном государстве» «написали не одну, а множество особых книг», «потому что страна Россия отдалена от европейских народов. ... И Бог по своему милосердию недавно изволил возвысить здесь столь огромное и сильное королевство, которым оно является и ныне» [6, с. 487].

Автор «Политики» уверен в несправедливости оценок: «Из-за людодерских законов все европейские народы в один голос называют это преславное царство тиранским. И кроме того, говорят, что тиранство здесь – не обычное, а наибольшее» [6, с. 586].

Положительно оценивая роль России в мировой цивилизации,

Крижанич объективно анализирует ее недостатки, полагая, что русские сами себя обманывают, когда умалчивают о своих проблемах. Какие же это недостатки? Прежде всего, это пьянство, отсутствие красноречия, расточительство, лень в работе, необоснованная жестокость по отношению к подданным, излишняя доверчивость к чужеземцам [6, с. 495].

Советы Крижанича, его «Политика» обращены, прежде всего, к царю Алексею Михайловичу: «Сие правомерное и преславное королевство боголюбивого нашего царя ... Алексея Михайловича, всяя Великой, и Малой и Белой Руси самодержца, потому безмерно уважаемо, удачливо и счастливо, что в нем имеется совершенное самовладство. И, следовательно, можно в нем исправить все ошибки и изъяны, которые из-за нерадивости исполнителей могли доселе войти в обычай и из-за которых печалится народ» [6, с. 549].

В этом отношении Крижанич выступает ярким сторонником абсолютизма. благодаря которому возможно процветание России и объединение славян.

Вместе с тем, Крижанич отмечает, что «король создан для королевства и бог даровал ему подданных не для того, чтобы он их притеснял и мучил и давил и делал с ними все по своей воле, а бог дает королю в пастыри, чтоб он и правил народом, сделал народ счастливым, чтобы он заботился о народе. Если государь будет править по законам божьим, то в этом случае власть будет угодна богу и не будет презираема, и в этом отношении народ будет уважать своего правителя. Если же государь будет



править несправедливо, то в этом отношении установится «людодержзство» [6, с. 576-577]. «Праведная королевская власть превращается в тиранство не столько из-за лютого мучительства, сколько из-за грабительских законов. Ибо какой-либо король может быть тираном и без грабительских законов, но государственный строй будет не тиранским, а справедливым правлением. А при грабительских законах не может быть того, чтобы и правление не было тиранским, и король не был тираном» [6, с. 576]. В этом отношении Крижанич предвосхищает в какой-то степени идеи Просвещения, просветительскую идеологию.

Подлинное несчастье для страны, если у нее жадные правители: «...жадные короли должны понять, что поборами они не только сами грешат, но и бывают причиной несчастного и несказанного множества иных грехов» [6, с. 583]. Крижанич советует положить в основу управления страной следующий принцип: править так людьми, чтобы они не захотели перемен. Ведь если либо какой король правит, соблюдая меру, если он правит справедливо, то в этом случае и люди становятся довольны, и правление его считается достойным [6, с. 591].

Крижанич предстает предшественником противоположных и соперничающих между собой интеллектуальных течений в России в XIX веке: Имеется в виду, это и влияние католичества, и ... формирующегося панславизма [3, с. 212]. Автор статьи считает не вполне достоверной оценку Крижанича американским исследователем Д. Биллигтоном. Более уместно, на наш взгляд, замена католичества и

панславизма на западничество и славянофильство.

Судьба мыслителя была печальна. Он покинул Россию, странствовал по Польше, и, по сведениям некоторых историков, погиб у стен Вены в 1653 году, когда войска польского короля Яна Собеского отразили поход турок против европейского христианства.

**Обсуждение и заключение.** Мы убеждены, что значение Юрия Крижанича в формировании идеологии и концепции русского мира является недооцененным. Видеть в нем только критика России несколько односторонне и безосновательно хотя бы по тем основаниям, что мыслитель очень критично оценивает немецкое и другое иноземное влияние на Русь. Совершенно очевидно, что он искренне переживает за судьбу России, предвосхищает значимую роль России в мировой цивилизации. Продолжателем идей Юрия Крижанича стал в XIX веке Петр Яковлевич Чаадаев.

Хотя идеи Крижанича были высказаны в XVII веке, они ни в коей мере не потеряли своей актуальности в XXI веке. Прежде всего, он именно с патриотических позиций анализировал экономику и политику России, обосновывая необходимость развития торговли и земледелия. Критично осмыслив роль России в мировом историческом процессе, мыслитель был уверен, что она развивается по восходящей линии, несмотря на иноземное западное явление. По мнению Крижанича, Россия превратится в мировую державу, будет способствовать освобождению и процветанию славянских народов.



**Литература**

1. Акишин М. О. Международно-правовые воззрения Ю. Крижанича / Вестник Омского университета. Серия «Исторические науки», 2015, 2(6). – С. 39-46.

2. Брајович С. М., Жулинская Э. В. Новые книги о лингвистических трудах Ю. Крижанича // Филологические науки. 1988. № 6.

3. Биллингтон Д. Икона и топор / Д. Биллингтон. – М.: Изд-во «Рудомино», 2001. – 879 с. – С. 212.

4. Гольдберг А. Л. Идея «славянского единства» в сочинениях Юрия Крижанича // Труды отдела древнерусской литературы Института русской литературы (Пушкинский Дом). Т. 19. Л., 1963. С. 373-390.

5. Громов М. Н., Козлов Н. С. Русская философская мысль X-XVII веков / М. Н. Громов, Н. С. Козлов. – М.: Изд-во Московского ун-та, 1990. – 288 с.

6. Крижанич Ю. Политика / Ю. Крижанич. – М.: . Издательство «Наука», 1965. – 736 с.

7. Мордухович Л. М. Философские и социологические взгляды Юрия Крижанича /Краткие сообщения Института славяноведения, 1963, № 36.

8. Платонов О. А. Святая Русь. Энциклопедический словарь русской цивилизации. – М. Православное издательство «Энциклопедия русской цивилизации», 2000.

**Yuri Krizhanich as a predecessor of the ideology of the Russian world: to the formulation of the problem**

**Mochalov E.V.**

Mordovian state University

**Introduction.** The timeliness of the article is contingent on the incompetence of attention of researchers to the creative heritage of one of the prominent thinkers of the XVII century Yuri Krizhanich, whose ideas can

be considered as a theoretical source of the concept of «Russian world». The author analyzes the views of the thinker on the place of Russia in the Western European civilization, the peculiarities of its civilizational development.

**Materials and Methods.** The basis of the study is the analysis of views of Y. Krizhanich reflected in his treatise «Politics», which acts as an important source of understanding and comprehension of Russian history of the XVII century. The author has chosen hermeneutic and comparative approaches as the research methodology.

**Results.** The study revealed a characteristic feature of the language of this work, which is not identical to any of the Slavic languages of the time. This artificial language, created by Krizhanich himself, called «all-Slavic», is a reflection of one of the ideas of the thinker about the political, religious and cultural unification of the Slavic peoples. Based on the analysis of the work, the conclusions are drawn, that for the first time in Russian political thought, a statement about politics as a science was made, and the understanding of politics by the thinker is revealed, where we are talking about the four «pillars» of the state, which are piety, wealth, strength and wisdom.

**Discussion and Conclusion.** The study showed the relevance of political views of Y. Krizhanich and his conclusions, how it is required to rule the state, so that all people in it were happy, so that the Russian people became «the most famous among the peoples» and headed all the Slavic peoples. The subject of further research may be the analysis of Yu Krizhanich's views in the field of Economics.

**Keywords:** concept «Russian world», civilization, Westernism, Slavophilism, internal politics

**References**

1. Akishin M. O. International legal views of Yu. Krizhanich / Bulletin of Omsk University. Series «Historical Sciences», 2015, 2(6). – P. 39-46.
2. Braјović S. M., Golinska E. V. New books on the linguistic works of Yuri Krizhanich // Philological Sciences. 1988. No. 6.
3. Billington D. The Icon and the axe / D. Billington. – Moscow: Publishing house «Rudomino», 2001. – 879 p. – P. 212.
4. Goldberg A. L. The idea of «Slavic unity» in the works of Yuri Krizhanich // Proceedings of the Department of ancient literature of the Institute of Russian literature (Pushkin House). Vol. 19. L., 1963. P. 373-390.



5. Gromov M. N., Kozlov N. C. Russian philosophical thought of X-XVII centuries / M. N. Gromov, N. S. Kozlov. – Moscow: Publishing House of Moscow University, 1990. – 288 p.
6. Krizhanich Yu. Policy / Yu. Krizhanich. – M.: . Nauka Publishing House, 1965. – 736 p.
7. Morduchovich L. M. Philosophical and sociological views of Yuri Krizhanich /Brief reports of the Institute of Slavonic studies, 1963, № 36.
8. Platonov O. A. Holy Russia. Encyclopedic dictionary of Russian civilization. – M. Orthodox publishing house «Encyclopedia of Russian civilization», 2000.



## Рок-культура как социально-культурный феномен

Нурисламов Р.Р.

В статье рассмотрен такой социально-культурный феномен, как рок-культура. Представлен аналитический обзор концептуальных подходов к исследованию ценностных оснований рок-культуры и ее представителей как целостной субкультуры, обозначены основные направления философии рока, обоснован комплексный подход к изучению рок-культуры. Осуществлен сравнительный анализ развития русской и западной рок-культур.

**Ключевые слова:** рок-культура, субкультура, динамика, рок-музыка, протест, философско-культурологический анализ, аксиология ценностей

Аналитический обзор существующих исследований позволил сделать вывод, что специфика философско-культурологического анализа рок-культуры на данный момент недостаточно изучена. Сама тема в научной области является относительно новой, и до 1990-х годов чаще всего была затронута только в рамках изучения молодёжной контркультуры и субкультуры, что недостаточно точно отражает её место в современной культуре.

Следует уточнить, что рок начал своё развитие как элемент музыкальной контркультуры, это подтверждают протестные мотивы, заметно выраженные в самой музыке, в текстах, в атрибутике фанатов и т.д. Но со временем становится очевидно, что рок не противопоставит классической культуре, а скорее всего входит в неё на правах альтернативной системы.

За последние 20 лет начали появляться работы, раскрывающие рок-культуру в контексте философского знания. В частности, в исследованиях А.Е. Савицкой [12] и Е.В. Касьяновой [5] раскрыта сравнительная аналитика разных направлений и философии рок-культуры с



учётом истории формирования, культурных ценностей, основных принципов возникновения стиля. Рок как жанр рассмотрен как явление, представлены группы тех или иных его отдельных направлений. Рок-культура в дискурсе социологии представлена как элемент молодежной культуры, филологи в своих работах формулируют понятие, касающееся текстовой компоненты рока, которая понимается как «поэзия рока». Таким образом, благодаря своей истории развития, рок-культура выросла в уникальный социокультурный феномен со своей неповторимой спецификой, отличной от специфики данного жанра в англоязычной или, скажем, в германоязычной среде.

Комплексный подход к изучению рок-культуры дает понять специфические факторы человеческого восприятия, касающегося художественного произведения. Самыми главными считаются принципы рационально-чувственного понимания механизма творения, от самого его начала до готового произведения, должен достигаться определённый уровень абстрактного представления, который способен обеспечить внутреннюю целостность при попытке интерпретировать причины возникновения тех или иных структурированных явлений в творческом способе понимания мира.

Если говорить о векторе роста оснований рока в перспективе, то можно сказать, что это движение и конкретная субкультура вступают в симбиоз друг с другом в образе некоего временного поля: речь идёт об изменениях в динамике, во времени под влиянием различных социальных и культурных факто-

ров, так и о глобальных изменениях. К последним можно отнести ту адаптацию, которую рок-культура претерпела при переходе с Запада на постсоветское пространство.

В некоторых группах общества движения рок-культуры связаны с протестным элементом. Это не является абсолютным правилом, если мы говорим об обществе и культуре как о едином целом. Многое зависит от определенной культуры, её особенностей, того, что вобрала в себя рок-культура, как объект выражения тех или иных настроений. В данном контексте, необходимо обратить внимание на молодежь как общественную группу, без которой невозможно развитие культуры и формирование цивилизованного общества.

Проблематика формирования ценностных оснований является сквозной линией в истории философии культуры, в ее западно-европейской и отечественной традиции, определившей аксиологию как научную область знания. В истории философской науки, одними из первых представителей античной философии, утверждавших аксиологические подходы, стали мыслители Сократ, Аристотель и Платон, которые сравнивали категории «добродетель» и «благо» с ценностью общественного бытия. Поэтому в средневековье, религиозные ценности стали основой теоцентристской философии.

В исследованиях Й. Хейзинги [15] доказывается, что возникновение всей культурологической деятельности из игры как естественного действия, свойственного человеку.

Весь мир пронизан ритмом и гармонией как «системообразую-





щим началом» [14]. Вследствие этого посредством игры можно оценить и музыку, которая фиксируется специфическим языком во многочисленных текстах произведений, что позволяет по-разному воспринимать фиксируемые и отражаемые идеи.

Рок-культура как явление существует вне пространства и времени, но неизбежно испытывает влияния современных ей политических и общественных событий, изменений и катаклизмов, которые и делают её частью массовой культуры. Субкультуры переживают взлеты и падения, и все это не остаётся без внимания. Сам факт того, что рок-культура эволюционирует и осуществляет свой вклад в общую культуру, очень важен для современной культуры.

Многогранность и эклектичность понятия рок-культуры отражены и в существующих определениях контркультуры. Такое определение продиктовано уровням эпатажа с демонстрацией всей сцены, её ключевая особенность на привлечение внимания зрителей, разрушение многих устоявшихся стереотипов через «яркие, системные элементы, року присущие, через его агрессию и движению»; как субкультуры, акцентированной на инакомыслии, независимости, самобытности и многих аспектах которые характерны для молодёжи; как бардового стиля, а не только музыки в рок среде.

Противоречия, лежащие между множеством оценок и суждений о культуре, рок-культуре, связано с довольно продолжительным периодом идеологизации философии. Рефлексия процессов развития рок - культуры и субкультур связана с

историческим периодом конца XX – начала XXI века, переходом от общества закрытого идеологического типа к современной либерально-демократической формации.

Также источником противоречия является недостаточная изученность субкультур. В культуре есть многочисленное количество субкультур, особенно если она массовая - была и остаётся важным фактором общественности и изучением научной деятельности ученых из множества разных отраслей науки. Из всего богатого списка субкультур выделяются те, в которых сосредоточено значительное количество современной молодёжи.

Показано, что молодые люди как представители социально-демографической группы, в силу возрастных характеристик, подвержены маргинальным моделям поведения. Согласно исследованиям В.А. Ядова [16], динамичность процессов перестройки сознания влияет на адаптивные механизмы личности, поэтому молодёжь становится лидером социокультурных трансформаций. Соответственно типы мышления и культурных норм молодёжи являются опережающими.

В человеческом сознании одновременно существует огромное количество ценностей, что позволяет говорить об аксиологической системе, поскольку, как правило, они не сосуществуют хаотично, а систематизированы в определенном порядке. Подобная иерархия ценностей выстраивается в системе по возрастающей важности. Существует уровень высших или абсолютных ценностей, с потерей которого существование культуры в



этой форме абсолютно теряет свое значение. Таких ценностей немного, и зачастую высшая ценность, как правило, одна.

Если сравнивать системы ценностей поколений, исследователи отмечают важнейшую смену поколений - изменение роли и важности личности, повышение ее активности, независимости, субъективности. Так, исследователи НИЦ в Институте молодежи выделяют категорию свободы как ценности самоутверждения и основы деятельности, условия плодотворной самореализации.

Ценностные основания социальных систем являются предметом внимания общества в целом, а также гуманитарных наук. Ценности являются регулятором поведения человека и высшей целью его деятельности. Данная принципиальная установка является основой аксиологического подхода.

Однако, несмотря на желание раскрыть самое важное в культуре, по мнению М.С. Кагана[6], все подходы к ней будут односторонними, так как культура представляет собой одновременно «творчество, деятельность, и набор ценностей, и система знаков, или культурных кодов, значения которых составляют внутреннее содержание культуры, и многое другое». Философ рассматривает культуру как динамично развивающуюся целостную систему, в которой ценности являются характеристикой отношения человека к объекту, которая зафиксирована в его сознании.

Предметы, дающие ему положительные эмоции, такие как удовольствие, радость, удовольствие и т.д., имеют ценность для человека. Поэтому он хочет и ищет их.

Сами по себе объекты не являются ценностями, ибо ценность становится формой и особым смыслом для человека, который выражается в отношении. Как следствие, объективация смысла трансформируется в ценность как особое духовное образование.

В нашем понимании, ценностным основанием рок-культуры как образа жизни является комплекс ценностей, символов, мифов, норм и ритуалов общественного протестного сознания. Как следствие, выявление динамики ценностных оснований рок-культуры возможно при учете ритуалов ее полифункциональной природы, изменения социокультурной ситуации, изучения принадлежности аудитории к определенной группе ценностей и образа жизни на основе музыкальных интересов протестных движений.

Нами выделены характерные особенности рок-культуры в контексте понимания молодежных субкультурных движений, обуславливающие: а) коммуникативность фанатов и любителей рока, позиционирующих интересы рок-культуры; б) институционализацию форм общения в фанклубах и неформальных группах; в) протестность самовыражения в создании образа фанатов рок-культуры; г) компенсаторность эмоционального вакуума обыденности иллюзорными представлениями; д) гедонистическим наслаждением от артефактов рок-культуры.

Обратимся к становлению лексической основы музыкальной рок-культуры. Ее классическими представителями рок-культуры являются Beatles. Именно они основали базовые ценности рока в привыч-



ном ее понимании. Простейшим вариантом синтеза с классикой является прямое из нее заимствование. Этим отличалась группа Deep Purple, вставлявшая в свои чисто роковые номера, обработанные для гитары и электрооргана фрагменты классических произведений. Emerson, Lake & Palmer неоднократно исполняли классические произведения целиком. Так, например, ими был записан целый альбом «Pictures at an Exhibition» («Картинки с выставки»), базирующийся на одноименном произведении М. Мусоргского. В настоящее время заимствования из классики – обычное явление в произведениях Speed - и Power-металлических групп.

Одним из первых экспериментов музыкальной рок-культуры стала песня «April» (1969) группы Deep Purple, в которой был включен двенадцатиминутной композиции фрагмент, исполняемый на классических инструментах. Эксперимент получился удачным, и, вдохновленные им, Deep Purple записали «Concerto for Group and Orchestra» – первый пример использования рок-группой оркестра, не в качестве фона для собственной песни, а как полноценную часть произведения. Чуть позже этот эксперимент повторила группа Pink Floyd в своей композиции «Atom Heart Mother». Исполнители были удостоены чести выступить с этой композицией на фестивале классической музыки в Монрее. Особое место в работах такого плана занимают сольные проекты Джона Лорда. «Gemini Suite», «Windows» и «Sarabande» представили отличный от «Concerto...» способ преподнесения музыкального материала.

Здесь рок и классика не просто смешаны, а еще и сближены. Если «Concerto...» все-таки был классическим произведением с использованием рок-арсенала, то отнести к той или другой категории сольные работы Лорда не представляется возможным.

Бытует мнение, что принадлежность к классическому року следует определять не по стилистике рок-группы, а по периоду ее возникновения. В соответствии с этим мнением, к классическому року могут быть отнесены лишь те, кто начал свой творческий путь на заре появления этого музыкального стиля, то есть, в 1960-1970-е. Однако согласно данному подходу, никто из рок-исполнителей нашего времени не может иметь отношения к классическому року даже несмотря на то, что может играть чистейший классический рок. Данная система также приводит к тому, что в разряд классических рокеров автоматически попадают те многие старые исполнители и коллективы, которые имеют вполне четкую принадлежность к другому направлению рок-музыки. Думается, что все это делает выделение термина «классический рок» почти бессмысленным и ненужным.

С 1957 года пошло снижение интереса американских масс-слушателей к рок-н-роллу. Одно из важнейших качеств яркой культуры текста и самовыражения, громкий звук - все это дает року возможность предлагать музыку (внушение). Рок-концерты удивляют публику своим опытом. Интернационализм и рок-демократия сделали его своеобразным эсперанто для молодежи.

Но уже в 1970-80-е годы возникает кризис в рок-культуре. Ком-



мерция стала поглощать рок-культуру, и как следствие, стал происходить разрыв шаблонов с духовного мира рок и культуры бунтарства.

С 1990-х годов рок-культура пошла по такому развитию, что опровергла все теории скептиков о том, что рок-культура уже на закате своего величия. С началом перестройки на рубеже 1986-1987 годов на поверхности общественной жизни появилось движение «рок». Концерты легализованы справедливым образом, создаются рок-клубы, а в последние годы в подполье формируются новые авторы. С начала 1990-х годов в отечественной рок-музыке возникает затяжной кризис.

С каждым годом все больше информации о рок-культуре в целом, зарубежной и русской рок-музыке появляется в русскоязычном интернете. Основные рок-клубы страны имеют свои собственные площадки. Растет популярность музыкальных клубов в сети Интернет, особенно интересна доступность зарубежных сайтов на русском языке в сети Интернет.

Сравнительный анализ развития русской и западной рок-культур выявил своеобразие и самобытность каждой из них. В частности, для западной рок-культуры характерна неоднородность, отсутствие языковых концептов и корней национальной культуры в американском менталитете, ритмичность музыки.

Вышеизложенное позволяет утверждать, что рок-культура представляет собой уникальный социально-культурный феномен, возникающий в условиях определенного контекста и динамично меняющийся

в зависимости от различных историко-культурных трансформаций. Изменениям подвергаются идеи, мысли, сознание, контент многочисленных представителей рок-культуры, формирующих поливекторную субкультуру с собственным видением, восприятием и интерпретацией мира, что оказывает существенное воздействие на бытие культуры, в том числе художественной.

#### Литература

1. Алексина Т.А. Время в культуре мира // Вестник РУДН. М., 2002. -С.39-53.
2. Бабушкина Д.А., Крылова Н.А. Тема старости в русском роке: 70-80 гг. или «блуждая по территории текста» //Серия «Symposium», Философия старости: геронтософия. Выпуск 24: Сборник материалов конференции Санкт-Петербург: Санкт-Петербургское философское общество, 2002.- С.25-29.
3. Запесоцкий А., Файн А. Эта непонятная молодежь: Проблемы неформальных молодежных объединений. М.: Профиздат, 1990. - 224 с.
4. Запесоцкий А.С., Бурлака А.П. В ритме эпохи. Очерки истории музыки «рок». СПб: Санкт-петербургский университет профсоюзов, 1994.- 85 с.
5. Касьянова Е.В. Рок-культура в контексте современной культуры: дис... канд.филос.наук. СПб., 2003. - 162 с.
- 6.Каган М.С. Философская теория ценности С.-Петерб. гос. ун-т, Акад. гуманитар. наук. - СПб. : Петрополис, 1997. - 204 с
7. Кнабе Г. Феномен рока и контркультура //Вопр. философии. 1990. № 8. С. 39 – 61.



8. Козлов А.С. Рок: истоки и развитие. М., 1998.- 192 с.

9. Конен В.Д. Музыка Французской революции. Этюды музыки запада. М., 1975 482 с.

10. Левикова С.И. Молодежная субкультура. М.: Фаир-пресс, 2004. - 608 с.

11. Петров Д.В. Молодежные субкультуры: Автореф. дис. ... канд. социол. наук. - Саратов, 1996. - 21 с.

12. Савицкая Е.А. Прогрессив-рок: Герои и судьбы. М., 2015.- 150с.

13. Суханцева В.К. Категория времени в музыкальной культуре. К.: Лыбидь, 1990. - 184 с.

14. Сумина Т.Н. Ноосфера: поиски гармонии. М.: Академический проект, 2005. 448 с.: ил.

15.Хейзинга Йохан. Homo ludens. Человек играющий. СПб.: Изд-во Ивана Лимбаха, 2011.- 416 с.

16.Ядов В.А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности //Мир России. 1995. № 3-4. С. 158 – 181.

**Rock culture as a socio-cultural phenomenon**

**Nurislamov R.R.**

Moscow State Institute of Culture

The article deals with such social and cultural phenomenon as rock culture. Analytical review of conceptual approaches of the study of the value "basis" of rock culture and its representatives as a whole subculture is presented, the main features of rock philosophy are outlined, and a complex approach of the study of rock culture is substantiated. The comparative analysis of the development of Russian and Western rock-cultures is carried out.

**Keywords:** rock culture, subculture, dynamics, rock music, protest, philosophical and cultural analysis, axiology of values

**References**

1. Aleksina T.A. Time in the culture of the world // Bulletin of RUDN University. M., 2002.-S. 39-53.
2. Babushkina D.A., Krylova N.A. Theme of old age in Russian rock: 70-80 years. or "wandering around the territory of the text" // Series "Symposium", Philosophy of old age: gerontosophy. Issue 24: Proceedings of the conference St. Petersburg: St. Petersburg Philosophical Society, 2002.- С.25-29.
3. Zapesotsky A., Fayn A. This obscure youth: Problems of informal youth associations. M.: Profizdat, 1990. -- 224 p.
4. Zapesotsky A.S., Burlaka A.P. In the rhythm of the era. Essays on the history of rock music. St. Petersburg: St. Petersburg University of Trade Unions, 1994.- 85 p.
5. Kasyanova E.V. Rock culture in the context of modern culture: dis ... cand.philos.science. SPb., 2003. -- 162 p.
6. Kagan M.S. Philosophical Theory of Value St. Petersburg. state University, Acad. humanitarian sciences. - SPb.: Petropolis, 1997. - 204 s.
7. Knabe G. The phenomenon of rock and counterculture // Vopr. philosophy. 1990. No. 8. P. 39 - 61.
8. Kozlov A.S. Rock: origins and development. M., 1998.- 192 p.
9. Konen V.D. Music of the French Revolution. Etudes of Western music. M., 1975 482 p.
10. Levikova S.I. Youth subculture. M.: Fairpress, 2004. -- 608 p.
11. Petrov D.V. Youth subcultures: Abstract. dis. ... cand. sociol. sciences. - Saratov, 1996. -- 21 p.
12. Savitskaya EA Progressive Rock: Heroes and Fates. M., 2015. -- 150 s.
13. Sukhantseva V.K. The category of time in musical culture. K.: Lybid, 1990. -- 184 p.
14. Suminova T.N. Noosphere: the search for harmony. M.: Academic project, 2005.448 s.: Ill.
15. Hoizinga Johan. Homo ludens. The man is playing. St. Petersburg: Ivan Limbach Publishing House, 2011. -- 416 p.
16. Yadvov V.A. Social and socio-psychological mechanisms of the formation of social identity of a person // World of Russia. 1995. No. 3-4. S. 158 - 181.



## Феноменология времени в контексте теоретических оснований концепции инклюзии

Попов В.В., Музыка О.А.

В статье рассматривается феноменология времени в контексте поиска теоретических оснований концепции инклюзии. Показывается, что субъективное время человека связано с фундаментальными философскими проблемами и, прежде всего, различными версиями становления человеческого бытия на различных уровнях самого социального бытия. Представлено, что разделение субъективного времени человека и психологического времени проходит с точки зрения сложных концептуальных систем.

**Ключевые слова:** феноменология, концепция инклюзии, темпоральность, социальное бытие, «включающее» общество, субъективное время, социальные трансформации.

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научно-исследовательского проекта «Осмысление социально-философского феномена образовательной инклюзии в контексте зарубежных и отечественных методологических подходов и моделей», № 19-013-00117\19*

**Введение.** Одна из приоритетных проблем современной концепции инклюзии – недостаточная разработка теоретических оснований самой концепции. При этом в современной философской литературе в последнее время вырос интерес к исследованию субъективного времени, что определяется необходимостью выяснения интегральной роли социального субъекта в понимании и оценке социальной действительности. Представляется, что феноменология времени выступает в качестве одного из теоретических оснований концепции инклюзии.

Изучение субъективного времени в контексте различных социальных трансформаций и социального развития вообще предполагает выход на целый ряд аспектов, которые непосредственно касаются данного вопроса. В этом направлении в социально-философской литературе обозначились различные моменты, которые отстаиваются современными мыслителями как в нашей стране, так и за рубежом, причем на ведущую роль выходит своеобразный анализ корреляции между биологическим, психологическим и субъективным временем в контексте концепции инклюзии. Действительно, если вспомнить историко-философские контексты в





русле феноменологического подхода, то можно говорить, что в античности, в Средневековье, в Новое время, а также в современных западных философских школах эта проблема проявилась достаточно серьезно, можно привести такие известные имена как Ницше, Гуссерль, Тойнби, Хайдеггер и много других философов, которые, рассматривая различные аспекты времени с точки зрения его субъективности, иногда сознательно, иногда и нет, смешивая, например, вопросы, касающиеся соотношения психологического и субъективного времени социального субъекта «включающего» общества.

Это действительно феноменологическая проблема, которая имеет глубокие историко-философские корни и поэтому в настоящее время вполне естественно обращение к ней, тем более, что фундаментальных работ в настоящее время существует не так уж и много, а имеющиеся не всегда однозначно рассматривают именно синтез основных и производных характеристик этого времени, так как, в большей части исследований, приоритет отдается во многом либо психологическому времени, либо субъективному времени. Это, конечно, может зависеть и от индивидуальных пристрастий самого исследования и, возможно, от той философской школы, к которой он принадлежит, но в любом случае подобные перекосы не являются позитивом для представления общей картины субъективного времени в контексте «включающего» общества.

Особо следует отметить, что когда происходит подобный синтез или когда дискурс идет на уровне

компаративизма, то следует учитывать то, что современная психология вообще отражается в различных отраслях гуманитарного, социального, общественного знания. Поэтому, когда разговор заходит о психологическом времени в рамках концепции инклюзии, то следует говорить о том, что имеем дело с междисциплинарным исследованием в познавательном поле современной феноменологии, то есть важно подчеркнуть тот момент, что если субъективное время социального субъекта в контексте социального развития рассматривается как моментное, часть социально-философского исследования с выходом на ее онтологические проблемы, то субъективное время в данном случае ни в коей мере, во-первых, не отделяется от самой психологии, а, с другой стороны, его привлечение в научный дискурс связано с тем, что действительно в сознании человека нередко возникает вопрос о тех или иных фрагментах самого сознания человека, тем более, что историко-философская мысль, особенно философия жизни, феноменология, философская антропология показали, что субъективное время человека и психологическое время иногда рассматривались как одно и то же. Безусловно.- это заблуждение, имеем совершенно разные не только концепты, но и концепты принадлежащие к разным категориальным рядам, но выделить это не так просто, тем более, в рамках различных философских школ такая проблема и не ставилась.

На наш взгляд, когда речь заходит о том, что в том или ином социально-философском контексте появляется термин психологиче-



ское время, нужно обращать внимание на то исследование, которое в данном случае проводится, то есть на цель, на задачи, на самого социального субъекта, потому что, в большинстве случаев, субъективное время человека связано действительно с серьезными фундаментальными философскими проблемами и, прежде всего, с различными версиями становления человеческого бытия на различных уровнях самого социального бытия, в то время как психологическое время в подобных контекстах, в принципе, может и не встречаться.

Безусловно, когда исследуется феномен человеческого сознания в русле феноменологии времени, то достаточно часто ученые, занимающиеся подобной проблематикой выделяют психологическое время в качестве самостоятельного времени, авторы, в этом случае, не будут инициировать дискуссии на счет этой самостоятельности, потому что специальный анализ психологического времени - это не тема настоящей работы, но подчеркнем, что такие исследования пытаются поставить субъективное время и психологическое время практически на один уровень исследования. Это не является правильным и адекватным, так как, с одной стороны, исследуются фундаментальные философские проблемы, связанные не только с сознанием человека, но и непосредственно с выходом сознания в плоскость социального развития, с другой стороны, когда речь идет о психологическом времени ученые чаще всего обращают внимание на экспериментальный характер тех или иных моментов психологического времени, что связано с проблемами

психологического развития в «включающем» обществе.

Следует отметить и такой момент, что изучение психологического времени, его феноменов, как показывает практика, предполагает ряд проблем, связанных с семантическими и концептуальными затруднениями. В этом направлении проблема проявляется тогда, когда ученые пытаются психологические феномены выразить в строгой концептуальной системе. Подобное утверждение, безусловно, имеет право на существование, но если посмотреть, с другой стороны, а именно с позиции того, что сама психологическая наука находится в настоящем ее понимании на стыке диалектических и прикладных аспектов, то следует говорить о том, что если акцент делается на прикладных аспектах, то достаточно сложно рассуждать о каких-то теоретических или метатеоретических вопросах, которые внесли бы ясность относительно особенностей психологического времени, с другой стороны, подобную ясность не нужно вносить относительно субъективного времени.

В данной ситуации возможно представить проблему в более общем виде, когда феноменологически понимаемое субъективное время непосредственно относится к характеристикам и параметрам человеческого сознания и коррелирует лишь с некоторым повседневным опытом, что в общем-то не противоречит определенному диалектическому синтезу теоретических и прикладных аспектов психологического времени социального субъекта, то есть в подобной ситуации следует сказать о том, что разделение субъективного времени



человека и психологическом времени человека могут проходить с точки зрения широких концептуальных систем, в рамках которых обсуждаются те или иные понятия.

Субъективное время будет находиться в парадигме общенаучных человеческих понятий, что же касается психологического времени, то о нем так однозначно сказать нельзя потому, что подобный концепт возможно представить в рамках самой психологической науки и тогда выйти на определенный теоретический уровень, но, с другой стороны, когда требуется практическое воплощение подобного понятия, то необходимо выбирать такой концептуальный аппарат, который характерен для каких-то специальных исследований и специальных наук. Более того, в последнем случае можно говорить и о том, что в отличие от общепсихологического взгляда на психологическое время, имеется ряд определенных моментов, которые требуют особого специального изучения с привлечением не только философских методов, но и методов других наук, например, физиологии, биологии и ряда других наук, с одной стороны, а с другой стороны, можно по-разному понимать сознание человека, тот социальный опыт, который человек приобретает в процессе осознания социального развития «включающего» общества.

Поэтому проблема рассмотрения синтеза или соотношения социального и психологического времени естественно получит определенное разделение и на уровне того, как и по каким направлениям человек использует субъективное и психологическое время. В послед-

нем случае- это доказали представители философии жизни, феноменологии, философской антропологии. Следует обратить внимание на такой достаточно важный аспект, что когда мыслитель исследует психологическое время на уровне тех или иных прикладных аспектов, то, естественно, появляется желание перейти к более общим проблемам. И эти проблемы предполагают свой концептуальный аппарат, который явно не совпадает с концептуальным аппаратом субъективного времени, безусловно, определенные аналогии и параллели провести можно, дискурс идет о фундаментальных проблемах времени, с другой стороны, имеется междисциплинарная проблема психологического времени, связанная как с некоторыми теоретическими моментами психологического времени, так и с его прикладными аспектами. При этом стоит отметить, что действительно в рамках социально- философской литературы достаточно часто возникают ситуации, когда идет своеобразное переплетение психологического и субъективного времени с позиции тех или иных действий исследователя.

То есть для социального субъекта- это вполне оправданно, так как речь заходит о некоторой корреляции реального времени человека с теми действиями, которые он осуществляет и в подобных случаях можно говорить о том, что семантический ряд понятий, которые для этого используются, будет достаточно широким, так как проблемы касаются и переживания времени, и его ощущения, и представления времени, и его отражения. Конечно, при таком достаточно ши-



роком спектре проблем субъективное и психологическое время будут увязываться во многих контекстах. Кстати подобный вопрос, на который авторы только что обратили внимание, в настоящее время не нашел должного осмысления в рамках интерпретации философских и социально-философских исследований, проведенных как в нашей стране, так и за рубежом.

**Заключение.** Концепции, связанные с отражением длительности субъективного времени, его оценки, организации социального субъекта в контексте субъективного времени в настоящее время не получили должного изучения в рамках социальной философии, отдельные фрагменты подобной проблемы действительно имеются в рамках социологического знания, и даже в рамках психологии, но они фрагментарны, говорить о каком-то системном подходе в настоящее время не приходится.

#### Литература

1. Аверина Н.В., Попов В.В. Фактор времени в детерминистских и индетерминистских теориях исторического // Философия права.- 2011.- № 4 (47).- С. 86-90.

2. АНАЛИТИЧЕСКАЯ ФИЛОСОФИЯ ИСТОРИИ В ПОСТНЕКЛАССИЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ. Попов В.В., Самойлова И.Н., Щеглов Б.С. Учебное пособие для студентов высших учебных заведений по курсу "История и философия науки" : в авторской редакции / В. В. Попов, И. Н. Самойлова, Б. С. Щеглов ; М-во образования и науки Российской Федерации, Федеральное агентство по образованию, Гос. образовательное учреждение высш. проф. обра-

зования "Таганрогский гос. пед. ин-т". Таганрог, 2007.

3. Попов В.В., Музыка О.А., Максимова С.И. Альтернативистика в контексте социального развития// Евразийский юридический журнал- 2017- № 4 (107).-С. 373-375.

4. Попов В.В., Музыка О.А., Дзюба Л.М. Фактор и уровни темпоральности в контексте субъективной реальности человека // Евразийский юридический журнал- 2017- № 4 (107)- С. 419-421.

5. . Попов В.В., Музыка О.А., Тимофеев В.А. Социальное противоречие в контексте социальных процессов// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований- 2017- № 1-2.- С. 361-364.

6. Попов В.В., Музыка О.А., Коженко Я.В. Социальные трансформации в правовых отношениях//Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований- 2017-№ 3-2.- С. 315-318.

7. Попов В.В., Щеглов Б.С., Усатова Ю.Н. Случайность в контексте динамических категорий// Философия права- 2015- № 1 (68)- С. 25-29.

8. Попов В.В., Музыка О.А., Тимофеев В.А. Социальное противоречие в контексте нелинейных процессов// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований.- 2017. -№ 1-2. - С. 361-364.

9. Попов В.В., Агафонова Т.П. Специфика темпоральности правового сознания социального субъекта// Фундаментальные исследования- 2015- № 2-25- С. 5730-5733.

10. Попов В.В., Агафонова Т.П. Научная рациональность и рациональность в науке// Философия права- 2012- № 5 (54)- С. 86-90.



11. Попов В.В., Чаленко М.В. Специфика переходных состояний современного российского общества // Социально-гуманитарный вестник Юга России- 2011- № 7-8 (15-16)- С. 39-45

12. . Попов В.В., Тимофеенко В.А. Методологические особенности периода транзита в догоняющем государстве // Фундаментальные исследования. 2015. № 2-25. С. 5743-5747.

13. Попов В.В. Логические и теоретические модельные аспекты исследования темпоральности в социально-философском дискурсе // Научная мысль Кавказа.- 2006. -№ 1.- С. 24

14. Россия и мир: 2013. Экономика и внешняя политика. Ежегодный прогноз. Дынкин А.А., Барановский В.Г., Адно Ю.Л., Афонцев С.А., Богаевская О.В., Володин А.Г., Кудинова О.Н., Кузнецов А.В., Леонтьева Е.Л., Луконин С.А., Мачавариани Г.И., Миркин Я.М., Никитина Е.Н., Попов В.В., Сергеев П.А., Амиров В.Б., Андреев Ф.А., Вода К.Р., Громогласова Е.С., Звягельская И.Д. и др. Руководители проекта - А.А.Дынкин, В.Г.Барановский; подготовлен ИМЭМО РАН, ЦСА РАН и ФПИИ в сотрудничестве с ТПП РФ. Москва, 2012.

**The phenomenology of time in the context of the theoretical foundations of the concept of inclusion**

**Popov V.V., Musika O.A.**

Rostov State University of Economics

The article deals with the phenomenology of time in the context of the search for the theoretical foundations of the concept of inclusion. It is shown that the subjective time of man is associated with fundamental philosophical problems and, above all, different versions of the formation of human existence at different levels of social existence. It is presented that the separation of

subjective time of a person and psychological time passes from the point of view of complex conceptual systems.

**Key words:** phenomenology, concept of inclusion, temporality, social being, "including" society, subjective time, social transformations.

**References**

1. Averina N.V., Popov V.V. The time factor in the deterministic and indetermist theories of the historical // Philosophy of Law.- 2011.- No. 4 (47) .- P. 86-90.
2. ANALYTICAL PHILOSOPHY OF HISTORY IN POST-CLASSICAL DISCOURSE. Popov V.V., Samoilova I.N., Scheglov B.S. Textbook for students of higher educational institutions on the course "History and Philosophy of Science": in the author's edition / V. V. Popov, I. N. Samoilova, B. S. Shcheglov; Ministry of Education and Science of the Russian Federation, Federal Agency for Education, State. higher education institution prof. Education "Taganrog State Pedagogical Institute". Taganrog, 2007.
3. Popov V.V., Music O.A., Maksimova S.I. Alternative studies in the context of social development // Eurasian Law Journal-2017- No. 4 (107) .- p. 373-375.
4. Popov V.V., Music O.A., Dzyuba L.M. Factor and levels of temporality in the context of the subjective reality of a person // Eurasian Law Journal-2017- No. 4 (107) - P. 419-421.
5. . Popov V.V., Muzyka O.A., Timofeyenko V.A. Social contradiction in the context of social processes // International Journal of Applied and Fundamental Research - 2017- No. 1-2.- P. 361-364. 6. Popov V.V., Muzyka O.A., Kozhenko Y.V. Social transformations in legal relations // International Journal of Applied and Fundamental Research - 2017-№ 3-2.- P. 315-318. 7. Popov V.V., Shcheglov B.S., Usatova Yu.N. Chance in the context of dynamic categories // Philosophy of Law- 2015- No. 1 (68) - P. 25-29.
8. Popov V.V., Music O.A., Timofeyenko V.A. Social contradiction in the context of non-linear processes // International Journal of Applied and Fundamental Research. - 2017.-№ 1-2. -FROM. 361-364.
9. Popov V.V., Agafonova T.P. The specificity of the temporality of the legal consciousness of a social subject // Fundamental Research- 2015- No. 2-25- S. 5730-5733.
10. Popov V.V., Agafonova T.P. Scientific rationality and rationality in science // Philosophy of Law- 2012- No. 5 (54) - P. 86-90.



11. Popov V.V., Chalenko M.V. Specificity of transitional states of modern Russian society // Social and Humanitarian Bulletin of the South of Russia-2011- No. 7-8 (15-16) - P. 39-45
12. . Popov V.V., Timofeenko V.A. Methodological features of the transit period in a catching-up state // Fundamental Research. 2015. No. 2-25. S. 5743-5747.
13. Popov V.V. Logical and theoretical model aspects of the study of temporality in the socio-philosophical discourse // Scientific Thought of the Caucasus.- 2006. -№ 1.- P. 24
14. RUSSIA AND THE WORLD: 2013. ECONOMY AND FOREIGN POLICY. ANNUAL FORECAST. Dynkin A.A., Baranovsky V.G., Adno Yu.L., Afontsev S.A., Bogaevsкая O.V., Volodin A.G., Kudinova O.N., Kuznetsov A.V., Leontieva E .L., Lukonin S.A., Machavariani G.I., Mirkin Y.M., Nikitina E.N., Popov V.V., Sergeev P.A., Amirov V.B., Andreev F.A. ., Water K.R., Gromoglasova E.S., Zvyagelskaya I.D. Project leaders - A.A. Dynkin, V.G. Baranovsky; prepared by IMEMO RAS, CSA RAS, and the Institute of Industrial Property in cooperation with the RF CCI. Moscow, 2012.





## Цензура СМИ: закон о фейковых новостях

Серёгин А.А.

Изменения к закону об информации были восприняты обществом как инструмент ограничения её свободного распространения. При этом, согласно социологическим опросам, большинство граждан не сомневаются в необходимости и эффективности такого закона. В условиях, когда невозможен тотальный контроль за всем, что публикуется, власть ищет новые механизмы ограничения распространения информации, способной привести к нарушению устойчивости общественной системы. В этой статье представлен анализ функционирования системы надзора за содержанием и распространением информации в России, ЕС и США.

**Ключевые слова:** фейковые новости, цензура, информация, СМИ, редакционная политика, социальные медиа, интернет-сообщества.

### В России

Вступившие в силу в марте 2019 года изменения к Федеральному закону «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» - прозванный в СМИ как «Закон о фейковых новостях» - вводят административную ответственность за распространение недостоверной общественно-значимой информации как для юридических, так и для физических лиц. Закон [1], инициаторами которого выступила группа парламентариев во главе с сенатором А. Клишасом, вполне ожидаемо вызвал его активное обсуждение.

Так по данным ВЦИОМ [2], опубликованным в апреле 2019 года, о так называемом законе о фейковых новостях знают 78% россиян. Большинство (83%) граждан считают, что России нужен такой закон. При этом более половины (57%) россиян полагают, что после вступления этого законопроекта в силу недостоверных сведений в СМИ и интернете станет меньше.

Этим законом государство расширяет свои полномочия по цензуре в СМИ, ограничивая отдельные области свободного обмена информацией. С учетом 70-летнего негативного опыта советской цензуры, когда в условиях тоталита-



ризма она осуществляла контрольно-запретительные функции, этот закон не мог быть не воспринят критически либеральной общественностью. Однако нельзя рассматривать цензуру исключительно как инструмент государства в борьбе со свободой слова и воспринимать её в качестве механизма тотального контроля за информацией (речь идёт о демократических режимах). Вряд ли у здравомыслящих граждан вызывает сомнения необходимость запрета на определённый медиа контент с целью защиты морально-нравственных устоев общества. Национализм, терроризм, расовая и религиозная дискриминации, экстремистская деятельность находятся под запретом и табуированы в обществе и особенно в СМИ.

Говоря о цензуре СМИ, следует разделять информацию, которая не несёт в себе никакой опасности для общества и информацию потенциально опасную. Именно об информации, распространяемой «под видом достоверных сообщений, которая создает угрозу причинения вреда жизни и (или) здоровью граждан, имуществу, угрозу массового нарушения общественного порядка и (или) общественной безопасности либо угрозу создания помех функционированию или прекращения функционирования объектов жизнеобеспечения...» [3], иными словами – о недостоверной, общественно-значимой и потенциально опасной информации говорится в законе о фейковых новостях.

По данным Фонда общественного мнения недоверие граждан России к новостной информации на телевидении с мая 2015 года (17%)

по январь 2019 (31%) увеличилось на 14% [4]. Растущее недоверие граждан обусловлено рядом причин, в том числе односторонним освещением некоторых вопросов и навязыванием своей точки зрения. Конечно, ни одно средство массовой информации не является полностью свободным. Редакционная политика – совокупность принципов и предписаний, лежащих в основе работы редакции средства массовой информации, формируется узким кругом людей – владельцем СМИ, главным редактором, и имеет определённую политическую и социальную окраску. Конечно, в информационном пространстве всегда будут присутствовать прогосударственные каналы, обеспечивающие посредством медийной поддержки легитимность власти. Важно, чтобы власть не имела тотальный контроль над СМИ и не диктовала выгодную ей информационную повестку.

Постоянный рост информационного потока вызывает увеличение недостоверной информации. По данным упомянутого выше исследования ВЦИОМ треть россиян сталкивались с недостоверными новостями в интернете за последний год-два, а 74% опрошенных, столкнувшихся с такими новостями в СМИ и интернете, считают, что в большинстве они были опубликованы умышленно. В интернете существуют механизмы псевдоцензуры – когда, например, администрация сайта оставляет за собой право удалять любые пользовательские материалы без объяснения причин или осуществлять блокировку пользователя за нарушение им правил, установленных Интернет-ресурсом. Но сфера инте-



ресов такого ценза – это прежде всего борьба со спамом, недобросовестной рекламой и запрещённым контентом.

В отличие от интернет-сообществ и лиц, распространяющих новости через сеть, традиционные СМИ обладают материальными и техническими средствами, а главное правами для верификации информации [5]. Дорожа своей репутацией, они крайне заинтересованы в достоверности своих новостей. Иное отношение к распространяемой информацией в среде интернета. Оно обусловлено ограниченными ресурсами, безответственностью и желанием вызвать ажиотаж. Совсем не редкость, когда коммерческая сторона вопроса подталкивает информационное интернет-сообщество на использование непроверенной информации и незитичных способов её получения.

#### В ЕС и США

Ежегодно международная неправительственная организация «Репортёры без границ» на основе оценок свободы печати составляет индекс свободы прессы. В рейтинге, опубликованном в апреле 2019 года [6], Россия находится на 149-м месте, опустившись на одну позицию по сравнению с предыдущим годом. Последние места заняли Туркменистан (180-е место) и Северная Корея (179-е место). В целом же лишь в 16 странах ситуация со свободой прессы оценивается как хорошая.

Во Франции, занимающей 32-е место рейтинга, спустя полгода после своего избрания, президент Макрон предложил специальный закон, который бы позволял бо-

роться с фейковыми новостями. 8 июля 2018 закон вступил в силу. Можно обозначить его основные положения:

— новостные сайты обязаны раскрывать своих спонсоров;

— пользователи смогут жаловаться на фейки в суд, который получил право блокировать либо фальшивку, либо весь портал;

— медиа-регулятор сможет приостанавливать работу иностранных СМИ, уличенных в пропаганде;

— действовать эти правила будут в период предвыборных кампаний.

По сути, закон был направлен исключительно против российских государственных СМИ, канала RT и агентства Sputnik. Французские власти не скрывали, что именно российские СМИ оказывали негативное воздействие на ход предвыборной кампании во Франции в 2017. Другое дело, что несмотря на то, что и Sputnik и RT France получили аккредитации на работу и вещание во Франции, действие подобного закона, как показывает практика, не ограничилось исключительно предвыборными кампаниями. На сегодняшний день закон о фейк новостях достаточно жесткий регулятор всего информационного поля Франции. Уже было вынесено достаточное количество предупреждений. До штрафов, как и до отзыва лицензий дело пока не дошло. Были закрытия новостных порталов, но исключительно за протеррористическую деятельность, и в рамках другого закона о борьбе с терроризмом в сети интернет.

Чрезмерная цензура проявляется именно в четко выраженном



двойном стандарте, который власти некоторых европейских стран применяют к «своей» и «не своей» прессе. Особо это проявляется во Франции, Германии, Польше и странах Балтии. Причем это связано не только с российскими СМИ, хотя Москва для многих основной информационно-пропагандистский враг. В этих странах часто исходят из принципа, что зарубежная пресса должна писать о происходящем в них либо хорошо, либо никак. Дескать, критика должна исходить исключительно от местных СМИ. Этим и объясняется тот факт, что получить официальный комментарий становится практически невозможно. Чаще всего вы получите ответ в стиле: «у нас нет интереса для ответа российской зарубежной прессе. Ваша страна не входит в зону нашей основной деятельности». Затем, вы можете получить прямой ответ-обвинение, в распространении фейк новостей и т.д.

Закона, запрещающего Fake News, в Британии, находящейся на 33-й позиции в индексе свободы прессы, нет. Но Парламентский комитет в начале 2019-го подготовил доклад, посвященный этому явлению. В нём упоминается Россия и Фейсбук. В частности, Россия обвиняется во влиянии на электоральный процесс в Британии [7, р. 69].

В Британии действует медиарегулятор Ofcom - Office of Communication. Он мониторит англоязычные СМИ, материалы которых выходят в пределах Британии, и которые имеют разрешение на вещание в Британии. В июле 2019-го Ofcom оштрафовал RT на 200 000 фунтов: «Наше расследование показало, что RT не смог сохранить должную беспристрастность в семи

новостных программах в период с 17 марта по 26 апреля 2018 года» [8] – говорится в официальном заявлении. Представители RT считают, что вещательные правила ими нарушены не были и в их программах были представлены обе стороны. Сюжеты, за которые были оштрафованы RT, были в основном связаны с событиями в Солсбери и сирийским конфликтом.

Практика двойных стандартов к разным СМИ в Британии ощутима на стадии продюсирования материала. Как правило, с представителями российских СМИ не хотят общаться большинство официальных лиц. Также сложно получить аккредитацию на мероприятия, проводимые британским правительством, вплоть до Форума независимой прессы, куда в июле этого года не пустили тех же RT [9].

Сами британские зрители считают RT единственным каналом, представляющим в их стране альтернативную точку зрения.

Как и в Англии в США, занимающих 48-е место рейтинга репортеров без границ, также нет закона о Fake News. Там подобное расценивают как давление на свободу слова и нарушение 1-ой поправки к конституции. Поэтому закона не будет, но будут другие механизмы. Такой, какой пытается создать, например, Фейсбук. Алгоритм, который бы вычищал фейк ньюс. Кроме этого, есть работающие суды. В случае если фейк ньюс задел чьи-то права, то всегда есть возможность засудить клеветника.

В Америке есть цензура каналов. Например, на MSNBC невозможно увидеть репортаж, в котором каким-либо образом отметят те или иные успехи администрации



Трампа. Практически то же самое можно сказать о CNN.

На Fox news другая крайность – канал поддерживает Трампа и критика президента США там мало возможна, хотя случается.

В США нет прямого государственного давления на СМИ, но практически все неоднозначные международные темы американская мейнстримная пресса и так подает как угодно государству. Достаточно вспомнить дело Джулиана Ассанжа. При президенте Обаме, когда всплывали разоблачения Викиликс, пресса его поддерживала. Сейчас те же CNN, New York Times и прочие чаще пишут о нем как о преступнике.

В случае с теми, кто зарегистрирован как американская компания, и работает, и вещает на английском языке на американскую аудиторию, то тут, конечно, вспоминается «опыт» Спутника и RT, которых заставили зарегистрироваться как инагентов. Вещание RT в youtube обязано сопровождаться надписью «RT funded in whole or in part by the Russian government» [10] – «финансируется российским правительством». К слову, государственные BBC, France 24 от такой надписи освобождены.

Также как в Европе и Великобритании, в США абсолютно точно можно говорить о практически невозможности российскому журналисту взять комментарий у американских политиков, конгрессменов и т.п. Приведу слова из личного интервью с собственным корреспондентом в США одного крупного российского федерального телеканала: «Мы – русские сейчас токсичны для любого американского политика. Зачем ему рисковать и

давать нам комментарий? Это же могут раскрутить и вывернуть так, что ему мало не покажется».

### Заключение

Учитывая совокупность современного информационного потока технически невозможно осуществить тотальную проверку всего, что публикуется, да и нет в этом необходимости. Главная задача цензуры – выявить и не допустить в широкие слои населения информацию, способную привести к нарушению устойчивости общественной системы, обеспечить внутреннюю и внешнюю безопасность страны. Сам по себе закон о фейковых новостях не несёт в себе противоречий этим принципам. Однако, крайне важно, не допустить его применение в качестве политических репрессий или сведения личных счётов.

### Литература

1. <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201903180031?index=0&rangeSize=1> (дата обращения 27.09.2019).
2. <http://www.wciom.ru> (дата обращения 27.09.2019).
3. <http://duma.gov.ru/news/29982/> (дата обращения 27.09.2019).
4. <https://fom.ru/SMI-internet/14170> (дата обращения 27.09.2019).
5. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_1511/1599bf6f7ccc24d4966727daa0243ffe117f5ac3/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/1599bf6f7ccc24d4966727daa0243ffe117f5ac3/) (дата обращения 27.09.2019).
6. <https://rsf.org/en/ranking/2019> (дата обращения 27.09.2019).
7. <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcomeds/1791/1791.pdf> (дата обращения 27.09.2019).



8. <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/media/media-releases/2019/ofcom-fines-rt> (дата обращения 27.09.2019).

9. <https://ria.ru/20190709/1556343356.html> (дата обращения 27.09.2019).

10. <https://russian.rt.com/world/article/477549-rt-markirovka-youtube> (дата обращения 27.09.2019).

**Media censorship: the fake news act  
Seregin A.A.**

Russian state social University

Changes to the law on information were perceived by society as a tool to limit its free distribution. At the same time, according to sociological surveys, the majority of citizens do not doubt about the necessity and effectiveness of such a law. In the conditions of impossibility of total control over everything that is published the authorities look for new mechanisms of restrict of this kind of information distribution which can provoke instability of public system. In this article you can find out the analysis of supervision system functioning over the content and distribution of information in Russia, EU and USA.

**Keywords:** fake news, censorship, information, media, editorial policy, social media, Internet community.

**References**

1. <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/001201903180031?index=0&rangeSize=1> (accessed September 27, 2019).
2. <http://www.wciom.ru> (accessed September 27, 2019).
3. <http://duma.gov.ru/news/29982/> (accessed September 27, 2019).
4. <https://fom.ru/SMI-i-internet/14170> (accessed September 27, 2019).
5. [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_15111/1599bf6f7ccc24d4966727daa0243ffe117f5ac3/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_15111/1599bf6f7ccc24d4966727daa0243ffe117f5ac3/) (accessed September 27, 2019).
6. <https://rsf.org/en/ranking/2019> (accessed September 27, 2019).
7. <https://publications.parliament.uk/pa/cm201719/cmselect/cmcomeds/1791/1791.pdf> (accessed September 27, 2019).
8. <https://www.ofcom.org.uk/about-ofcom/latest/media/media-releases/2019/ofcom-fines-rt> (accessed September 27, 2019).
9. <https://ria.ru/20190709/1556343356.html> (accessed September 27, 2019).
10. <https://russian.rt.com/world/article/477549-rt-markirovka-youtube> (accessed September 27, 2019).





## Формирование личности в рамках регионального культурного пространства: методологий аспект

Тертешникова Н.Д.

Статья посвящена анализу методологии исследования влияния региональной культуры на личность. С точки зрения автора состоявшаяся личность характеризуется наличием, языковой культуры, когнитивной культуры и духовной культуры. Как доказывает статья, региональная культура задаёт личности определённый способ видения и узнавания мира. Соответственно становление личности зависит от адекватного отражения в сознании человека географической, исторической и культурной локализации сообщества, к которому он принадлежит. На становление личности влияют как региональные обстоятельства, так и факторы, связанные с внешним культурным влиянием. Однако сложность описания процессов становления личности в пространстве региональной культуры заключается в его двойственности, так как оно представляет собой одновременно пространственную сферу существования и сферу самовосприятия человека, которая касается его субъективных, глубоко личностных переживаний. В этом контексте, региональная культура представляется как инструмент становления и развития человека. Под этим термином философия культуры имеет в виду итог осознанной культурной эволюции, сформированный в каждом отдельном регионе в целях сохранения человечества в условиях стремительных общественных трансформаций, вызванных последствиями глобальных экономических, технологических, экологических проблем современности. При этом признается, что в то время как региональная культура является основанием становления человека, человек сам формирует и развивает культуру региона.

**Ключевые слова:** Культурное пространство, пространство культуры, культура региона, региональная культура, личность, факторы влияния культуры.

**Введение.** Вопрос о сущности и динамике культурных трансформаций, оказывающих влияние на становление личности в различных культурных регионах возник в связи с осознанием того, что население мира состоит из людей, относящихся к разным культурам, которые встречаются в пространстве конкретных регионов, где происходит процесс становления личности, подтверждённый влиянию не абстрактных и трансцендентных сил, а реальных и более, того локальных условий.

**Обзор литературы.** Исследователи феномена личности, такие как И. С. Кон, Дж. Келли, В. А. Ядов, отмечают, что понятие это многозначно и многоаспектно. Сущность личности человека рассматривается, как комплекс явлений, в систему которого входят общечеловеческие, индивидуальные, определяемые спецификой культуры, и частные, зависимые от субъективных оснований каждой личности. При этом личность отличаются не просто ее внешние характеристики, но и то, что личность понимается в психологической литературе, такими авторами, как С. Л. Рубинштейн, А. В. Брушлинский, А. В. Петровский и др., как субъект способный к изменению мира и самого себя [18].



**Методология.** С точки зрения социологического подхода, представленного Э. Дюркгеймом, М. Вебером, П. Сорокиным, становление личности рассматривается как результат социализации, понимаемой как процесс накопления личностью опыта и социальных установок, влияющий на развитие способностей и социальное поведение человека [20]. В психологической теории развития личности, представленной трудами К. Роджерса, Дж. Келли, Л. Колберга, процесс становления личности человека описывается как его внутренне стремление к самоактуализации. Классический философский подход, представляемый Платоном, И. Кантом, Г. Гегелем, предлагал сущностное понимание природы личности, согласно которому, личность есть данность, становления которой зависело от влияния универсальных факторов [4]. Существенно дополнить положения перечисленных подходов помогает подход, разрабатываемый в философии культуры, основой которого является восприятие культуры как целого. Разрабатывая методологию исследований проблемы культуры и личности, концепции философии культуры М. Бубера, М. Бахтина, В. Библера сходятся в том, что становление личности происходит в пространстве культуры, которое создается в процессе коммуникаций и совместных действий. Вступая во взаимодействие с культурой, каждый человек изменяется не только сам, но меняет культуру в целом, поэтому культура всегда ориентируется на человека [2].

**Результаты.** Понятийный фундамент здесь представляет такой

термин, как «культура», понимаемый как отражение состояния человеческого бытия, которое противопоставляется им природному бытию и ограничивается от этого бытия. Уровень развития культуры в связи с этим определяется отношениями между человеческим и природным бытием, при котором возникает осознание меры, определяющей культуру человеческого бытия. Эта мера является той единицей, которая используется для соизмерения природного и человеческого пространства, в результате которого возникает пространственная структура культуры, постигаемая человеком, который вступает с ней в диалог. Поэтому, в силу того, что этот мир существует только в конкретных пространственно-региональных формах, культура должна рассматриваться и как срез реальной общественной жизни и как характеристика уровня развития каждой личности.

При этом влиятельная часть исследователей культуры, таких как В. Л. Кургузов, постулирует тезис о том, что основным инструментом становления культурно-развитой, социально-активной личности является совокупность объективно существующих материальных и духовных факторов культуры. Роль культуры, заключается в том, что она организует, придает динамику и символический смысл тем событиям, которые влияют на становление личности человека. В культурологических текстах она выступает как категория, выражающая наличие типических и специфических характеристик, отражающих такие аспекты человеческой культуры, как материальные артефакты, обычаи, социальные нормы, ценности [13, с. 21].



Однако не меньшее значение, по мнению В. С. Степина, имеют характеристики культурной среды, влияющие на личность, такие как структура общества, место и роль таких институтов культуры, как экономика, семья, политика, а также региональное местоположение и климатические условия. Развивая эту мысль, он показал, что культура, понимаемая как система развивающихся надбиологических программ деятельности, обеспечивает воспроизводство и изменение личности человека. Культура в обществе генерирует программы поведения и общения, которые влекут изменения личности человека. Посредством передачи культуры одно поколение людей хранит и передает накопленный социальный и личностный опыт, следующему поколению, осваивающему предметный мир, навыки, приемы и технологии, а также ценностные ориентиры и образцы поведения [19].

#### **Обсуждение результатов.**

Анализируя процесс становления личности в контексте интересубъективного подхода, философия культуры акцентируют внимание на возможностях региональной культуры воздействовать общественное и личностное сознание. Механизм этого влияния был раскрыт Д. С. Лихачевым, который считал, что наибольшее влияние на личность оказывают ценности культуры, под которой он понимал структуру, разделенную на материальную, духовную среду, создающие и распространяющие нормы, способствующие гуманизации общества и возвышению человека. Безусловно, что фактором первичной значимости, здесь признается аспект,

связанный с личностным сознанием. Согласно данной трактовке, личность человека определяется посредством субъективного восприятия. В контексте этой трактовки также определяется структура и идентификация личности, направленная на осознание нравственных начал различных социальных уровней, от индивида до различных типов социальных групп, а также общества и государства [14]. Однако интересубъективный подход не относит уровень развития личности только к психологическим эффектам восприятия окружающего мира. Анализ влияния регионального пространства культуры на личность с этой точки зрения предполагает объединение двух взаимообусловленных и взаимоопределяющих сфер: бытийной и ментальной. С. А. Нижников, отмечает, что личностный рост человека ведет осознанию им необходимости перейти от эгоистических приоритетов и материальных запросов к удовлетворению духовных потребностей и творчеству во имя блага других людей и всего человечества. Поэтому вероятно предположить, что культура человека определяет его отношение к такой ценности, как потребность в самоактуализации, раскрывающейся через реализацию личностных целей, способностей, развитие своей личности [17].

При этом осознание первичной значимости культуры для личности человека, привело к тому, что актуальным стал вопрос о том, что понятия, выступающие как факторы культуры, не являются чем-то абстрактным, а выступают в качестве конкретных проявлений либо регионального географического пространства, либо конкретного госу-



дарственного, этнического или иного общественного образования. Ключевой категорией исследования является термин «пространство», который в работах Э. Гуссерля, М. Хайдеггера, характеризуется как универсальная категория, описывающая посредством понятий структурности и протяженности окружающий человека мир [21].

В философии культуры эти сущностные характеристики осмысливаются синтетически, как «пространство культуры», влияющее на формирование человеческого пространства, которое понимается как инструмент реализации потенциала личности за счет приобщения ее к духовной, интеллектуальной, творческой активности и культуре [11].

Пространственное измерение культуры понимается как континуум, структура которого составлена областью единичности и областью взаимовлияний, между которыми идут процессы коммуникации и передачи преемственности, традиций и новаций, определяющих становление личности. По мнению В. Каганского указанное поле, имея в виду соотносительность с жизнедеятельностью конкретных социальных групп, располагается в рамках определенных историко-культурных пространств, [12]. Оно фиксируется таким понятием как «регион», который характеризуется, как культурная общность, представленная тем пространственным единством, которое принято называть региональной культурой. Регион считается устойчивой целостностью, находящейся во взаимосвязи с социумом. Кроме этого, регион представляется ими системой, обладающей динамикой, целью,

своими внутренними потребностями в самосохранении. Эту систему они представляют структурой, состоящей из ряда подсистем, имеющих в своем составе ряд необходимых элементов [6].

Схожие параметры пространства, которые характеризуются очеловеченностью, описаны Ю. М. Лотманом, создавшим модель взаимодействия между центром и периферией. Это пространство Ю. М. Лотман назвал семиотическим и указывал на его ведущую функцию, которой считал память, позволяющая реставрировать его культурные слои [15]. Ключевым регулятором региональной культуры и ее смысловым наполнением как пишет И. Я. Мурзина являются системы ценностей, которые интегрируют региональную культуру в единое целое. При этом структура региональных культур имеет еще уровень взаимодействий между культурами, где каждая локальная региональная культура, вступая в диалог с другими культурами, выходит за пределы своих территориальных границ. Исследователи выделяют различные типы регионов, такие как региональные сообщества локального, национального, государственного, и международного уровней [16].

Таким образом, каждая региональная культура представляет свое относительно самостоятельное, но всегда уникальное культурное пространство, которое происходит из сущности региональной культуры, благодаря которой приобретает качества культурности, но находится в тесном взаимодействии с иными культурными пространствами. Вместе с этим, исследователи отмечают, что про-



странство региональной культуры является необходимым условием и особой формой существования общей культуры, содержание которой складывается из сочетания множества культур, сформированных различными культурными регионами планеты [7].

Основной особенностью регионального культурного пространства является его способность обеспечивать своим субъектам возможности взаимодействия с различными культурными, социальными, личностными, производственными, коммуникационными средами, в результате которых формируется его индивидуальность. Это ведет к тому, что содержание культурного пространства региона комплиментарно потребностям человека влияет на становление его личности, и определяет характер ее взаимодействия с культурным своеобразием окружающего мира [23].

Включение человека в культурное пространство способствует его коммуникативному и социокультурному развитию. Однако формирование личности не происходит автоматически, и причиной этого является то, что каждый человек имеет только свое, индивидуальное, специфическое отношение к окружающей действительности. В этих условиях становление личности в культуре должно пониматься не только как объективно, но и субъективно обусловленный процесс, который имеет опору в смысловой природе региональной культуры, содержание которой определяют ценности, укорененные в бытии человека и отражающие его межсубъективные отношения [8]. Таким образом, содержание процесса становления личности в про-

странстве культуры составляют результаты деятельности человека, которые понимаются в качестве текстов культуры, имеющих определенное ценностное и смысловое содержание, и кроме этого, в качестве деятельности, направленной на создание, сохранение, передачу и трансформацию этого содержания и способов его продуцирования. Отсюда логично заключить, что ведущим фактором становления личности человека в региональной культуре является передача ему культурно-значимой информации иными культурными формами.

Структура информационного содержания регионального культурного пространства описана О. А. Габриеляном, с точки зрения которого оно подразумевают наличие особой сферы культурного взаимодействия, реальности, существующей в рамках конкретных регионов. Параметры этой сферы заданы географическими, и историческими, социальными, этническими, культурными условиями, действием различных региональных институтов культуры, влияющих на особенности освоения каждым субъектом достаточных навыков культурной коммуникации [3].

Наиболее очевидным является влияние географического фактора, определяющего параметры местонахождения региона и связанными с этими параметрами возможностями его экономического и культурного развития, влияющих на состояние социокультурных систем и каждого человека. Не менее важно влияние исторического фактора, функциональное назначение которого заключается в том, что, оно глубоко связано с уже сложивши-



мися культурными традициями региона, с которыми связывают себя те, кто населяет этот регион. Влияние исторического фактора проявляется в том, как культура хранит в себе память об историческом развитии территории и народов, проживающих на ней. В сознании современников исторические факты преобразуются и актуализируются в соответствии с нормами современности и настоящим бытием людей, что формирует связь времен. Влияние истории, как фактора формирования личности в рамках региональной культуры, связывается с тем, что одна и та же территория, в разные эпохи становится пространством для распространения разных культур, иногда генетически связанных с предшествующими традициями культуры, а иногда и отрицающими их [9].

Существенное влияние на развитие личности оказывают народные традиции, формирующие определенную культурно-творческую среду. Следование старым и создание новых культурных традиций является значимым условием, влияющим на становление личности субъектов регионального культурного пространства. Дело в том, что следование традициям обеспечивает связь времен, поколений, а, следовательно, обеспечивает приобщение к культуре. Наиболее значимым фактором, влияющим на формирование регионального пространства культуры признаются ценности, которые, как пишет П. С. Гуревич, являются духовными опорами, должны помочь человеку устоять и сохранить себя в условиях жизненных испытаний. Ценности, как правило, имеют отношение к

представлениям об идеале, желаниях и нормативах. Они определяют ход исторического развития и тем самым вносят порядок в существующую действительность, придавая осмысленность человеческой жизни. Ценности отражают то, как личность относится к предметам, явлениям и событиям. Это отношение, также как и роль ценностей в формировании личности зависит от культурного вектора эпохи, в которой они проживают [5]. Указанное историческое наследие хранится в виде символов, смыслов, текстов культуры, являющихся для человека значимыми. При этом многообразный контекст, рожденный из многообразия указанных сочетаний создает широкий конгломерат, из которого порождается та бесконечная потенциальность, которую включает в себя культура, реализующая себя в региональных формах культуры [24].

С точки зрения интерсубъективного подхода, определяющие культурное на развитие региональных пространств оказывает региональная культура, понимаемая, как целостная знаковая система, понимание которой возможно лишь при проведении операции «раскодирования» региональных культурных знаков, символов, текстов. Они представляют собой культурные константы регионального текста, осмысление которых дает возможность раскрытия основ регионального сознания и самосознания, обнаружения исторически обусловленных первоэлементов региональных культур [10].

Наиболее ярко подобные константы фиксируются в литературных текстах, посвященных региональным проблемам развития





культуры. Примером таких исследований являются публикации М. С. Кагана, Ю. М. Лотмана, В. Н. Топорова, которые выступили в качестве разработчиков методологии работы с текстами региональной культуры, понимаемыми в качестве особых знаковых систем, пресуществляющих материальную реальность в духовные ценности. При этом, как утверждают Ю. М. Лотман и Б. А. Успенский, культурные тексты, обладают собственным существованием и олицетворяют одну из форм жизни культуры, развивающейся, но хранящей память о прошлом [15]. Поэтому каждое пространство региональной культуры необходимо изучать как особый предмет, как текст, неразрывно связанный с общим контекстом. Эта методология, примененная к региональному пространству культуры, позволит сформировать новый взгляд на процессы становления личности в рамках регионального пространства культуры, представляющей собой социальный инструмент становления личности, как человека культуры.

**Выводы.** Таким образом, современные исследования становления личности в региональной культуре нацелены на раскрытие содержания идеалов и ценностей сущности современных процессов развития культуры. Основным аспектом, на который обращается внимание, является уровень развития личности как представителя региональной культуры, понимаемой как культурное наследие нации, куда входят элементы духовной и материальной сфер культуры, в совокупности образующие интегральное культуросцентрист-

ское единство. При этом признается, что в то время как региональная культура является основанием становления личности человека, каждый человек участвует в формировании и развитии культуры региона. В этом контексте, региональная культура может быть представлена как инструмент становления и развития личности, как человека культуры.

### Литература

1. Ассман Ян. Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М.: «Языки славянской культуры», 2004. 368 с.
2. Библер В. С. От наукоучения — к логике культуры. Два философских введения в двадцать первый век. М., 1991. 413 с.
3. Габриелян О. А. Русский мир: культурное пространство Крыма: монография. Симферополь: ИП Бровко А. А., 2016. 128 с.
4. Гегель. Феноменология Духа. Философия истории. М.: Эксмо, 2007. 880 с.
5. Гуревич П. С. Философия культуры: монография. М.: Аспект-Пресс, 1994. 315 с.
6. Жуков А. В. Формирование религиозно-мифологического мировоззрения и мифы о религиозности // Вестник Читинского государственного университета. 2010. № 3 (60). С. 27-33.
7. Жуков А. В. Религиозность, субъективизм и конструирование концепций религиозной личности // Вестник Читинского государственного университета. 2010. № 2 (59). С. 129-136.
8. Жуков А. В. Традиционная народная религиозность и пробле-





ма «двоеверия» // Вестник Читинского государственного университета. 2011. № 2 (69). С. 10-15.

9. Жуков А. В. Религиозное мифотворчество в обыденной религиозности населения Байкальского региона: дисс. докт. Филос. Н: 09.00.14. Чита, 2011. 372 с.

10. Жуков А. В. Факторы рецепции мифологических образов Китая в менталитете населения Забайкалья // Вестник Забайкальского государственного университета. 2014 № 1(104). С. 120-128.

11. Иконникова С. Н. Культурное пространство как ценность и национальное достояние // История культурологических теорий. СПб.: Питер, 2005. 474 с.

12. Каганский В. Путешествие в ландшафте и путешествие в культуре // Культура в современном мире: опыт, проблемы, решения, 2001. Вып. 2. С. 3-18.

13. Кургузов В. Л. Гуманитарная среда технического вуза. Методология. Опыт. Проблемы. Улан-Удэ: ВСГТУ, 1997 184 с.

14. Лихачев Д. С. Человек в литературе Древней Руси: монография. М.-Л., Изд-во АН. 1958. 186 с.

15. Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб.: Искусство СПб, 2010. 703 с

16. Мурзина И. Я. Феномен региональной культуры: бытие и самосознание: дис. ... докт. культурологи: 24.00.01. Екатеринбург, 2003. 237 с.

17. Нижников С. А. Проблема духовного в западной и восточной культуре и философии: монография. М.: НИЦ Инфра-М, 2012. 168 с.

18. Петровский А. В. Личность. Деятельность. Коллектив. М.: Политиздат, 1982. 255 с.

19. Степин В. С. Глобальная культура: многообразие опытов и

универсальные ценности // Диалог культур и партнерство цивилизаций. СПб.: СПбГУП, 2010 С. 71-92.

20. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 1992. 542 с.

21. Хайдеггер М. К вопросу о назначении дела мышления // Личность. Культура. Общество. 2007. Вып. 4 (39). С. 61-71.

22. Zhukov A., Bernyukevich T., Zakharova E., Gomboeva M. Impact of Social Miths on the Construction of German Identity in Russian Polyethnic Region // Indian Journal of Science and Technology. 2016. Т. 9. № 42. С. 104239.

24. Zhukov A., Zhukova A. Methodological Features of Study and Development of «Ethnic Cultures» Images in China // IEJME: Mathematics Education. 2016. Т. 11. № 5. С. 1321-1330.

**Methodology of studying factors of influence of regional cultural space on personalization**

**Terteshnikova N.D.**

Transbaikal State University

The article analyzes the research methodology of the influence of regional culture on personality. From the point of view of the author of a successful person is characterized by the presence, language, culture, cognitive culture and spiritual culture. As the article proves, regional culture defines personality a certain way of seeing and knowing the world. Accordingly, the formation of the personality depends on adequate reflection in human consciousness of the geographical, historical and cultural localization of the community to which he belongs. On the formation of personality influence how regional circumstances and factors related to external cultural influence. However, the complexity of the description of processes of identity formation in the space of regional culture lies in its duality, as it represents both the spatial field of existence and the sphere of self-perception of a person which concerns his subjective, deeply personal experiences. In this context, regional culture is presented as a tool of for-



mation and human development. This term philosophy of culture refers to the result of a conscious cultural evolution formed in each region in order to preserve humanity in the face of rapid social transformations caused by the impact of the global economic, technological and environmental problems of our time. However, it is recognized that while the regional culture is the basis of human evolution, man himself creates and develops the culture of the region.

**Key words:** Cultural space, space culture, the culture of the region, regional culture, personality, influence factors of culture.

**References**

1. Assman Yang. Cultural memory. Writing, memory of the past and political identity in the high cultures of antiquity. M.: "Languages of Slavic culture", 2004. 368 p.
2. Bibler V. S. From science - to the logic of culture. Two philosophical introductions to the twenty-first century. M., 1991. 413 s.
3. Gabrielyan O. A. Russian world: the cultural space of Crimea: a monograph. Simferopol: IP Brovko A.A., 2016. 128 s.
4. Hegel. Phenomenology of the Spirit. The philosophy of history. M.: Eksmo, 2007. 880 s.
5. Gurevich P. S. Philosophy of culture: monograph. M.: Aspect-Press, 1994. 315 s.
6. Zhukov A. V. The formation of a religious-mythological worldview and myths of religiosity // Bulletin of Chita State University. 2010. No. 3 (60). S. 27-33.
7. Zhukov A. V. Religiosity, subjectivity and the construction of concepts of a religious person // Bulletin of Chita State University. 2010. No. 2 (59). S. 129-136.
8. Zhukov A. V. Traditional folk religiosity and the problem of "dual faith" // Bulletin of Chita State University. 2011. No 2 (69). S. 10-15.
9. Zhukov A. V. Religious myth-making in the everyday religiosity of the population of the Baikal region: diss. Doct. Philos. H: 09.00.14. Chita, 2011. 372 s.
10. Zhukov A. V. Factors of reception of mythological images of China in the mentality of the population of Transbaikalia // Bulletin of the Transbaikalian State University. 2014 No. 1 (104). S. 120-128.
11. Ikonnikova S. N. Cultural space as a value and national treasure // History of cultural theories. St. Petersburg: Peter, 2005. 474 s.
12. Kagansky V. Traveling in a landscape and a journey in culture // Culture in the modern world: experience, problems, solutions, 2001. Issue. 2, p. 3-18.
13. Kurguzov VL Humanitarian environment of a technical university. Methodology. Experience. Problems. Ulan-Ude: VSTU, 1997 184 c.
14. Likhachev D. S. Man in the literature of Ancient Russia: a monograph. M.-L., Publishing House of the Academy of Sciences. 1958. 186 p.
15. Lotman Yu.M. Semiosphere. SPb.: ArtSPB, 2010. 703 s
16. Murzina I.Ya. The phenomenon of regional culture: being and self-awareness: dis. ... doctor. kulturologists: 24.00.01. Yekaterinburg, 2003. 237 s.
17. Nizhnikov S. A. The spiritual problem in Western and Eastern culture and philosophy: a monograph. M.: SIC Infra-M, 2012. 168 s.
18. Petrovsky A. V. Personality. Activity. The collective. M.: Politizdat, 1982. 255 p.
19. Stepin V. S. Global culture: a variety of experiences and universal values // Dialogue of cultures and partnership of civilizations. SPb.: SPbGUP, 2010 S. 71-92.
20. Sorokin P. Man. Civilization. Society. M.: Politizdat, 1992. 542 s.
21. Heidegger M. To the question of the appointment of the cause of thinking // Personality. The culture. Society. 2007. Issue. 4 (39). S. 61-71.
22. Zhukov A., Bernyukevich T., Zakharova E., Gomboeva M. Impact of Social Myths on the Construction of German Identity in Russian Polyethnic Region // Indian Journal of Science and Technology. 2016.V. 9. No. 42. S. 104239.
24. Zhukov A., Zhukova A. Methodological Features of Study and Development of "Ethnic Cultures" Images in China // IEJME: Mathematics Education. 2016.Vol. 11. No. 5. P. 1321-1330.



## Особенности институционализации политической элиты современной России

Иванова Л.А.

В статье анализируются особенности институционализации политической элиты современной России. Цель исследования заключается в обобщении теоретических основ и разработке практических рекомендаций в отношении понимания значимости и важности институционализации политических элит. В работе конкретизирована сущность политической элиты и обозначены направления формирования политических элит в современной России на основе анализа научной литературы по заданной тематике. Определены основные характеристики современных политических элит в современном обществе. Обозначены особенности влияния современных политических элит на общественную жизнь в современной России. Сформированы предпосылки развития российского общества под воздействием политических элит.

**Ключевые слова:** политическая элита, российское общество, институционализация политической элиты, развитие российского общества.

**Введение.** Социальное, политическое и экономическое развитие современного российского общества во многом обуславливается теми тенденциями, которые задает политическая элита, а пути решения проблем российского общества зачастую формируются исходя из интересов представителей политических элит.

Теоретические и практические аспекты исследования институционализации политической элиты современной России рассматриваются широким кругом ученых-социологов и политологов, среди которых следует отдельно выделить таких исследователей: Ашин Г., Бартон М., Дука А. В., Казаков М.А., Савельева И.В., Сартори Дж., Хайли Дж.

Для достижения поставленной цели в исследовании использованы методы систематизации, обобщения, анализа, синтеза, индукции, дедукции.

Первым этапом реализации научного исследования необходимо определить, что представляет собой феномен современной политической элиты. Термин «элита» является одним из основных в политической социологии. Считаем,



что наиболее значимым и целесообразным к рассмотрению является структурно-функциональный подход к определению элиты, согласно которому это «функциональная группа, представляющая собой совокупность индивидов, занимающих значимые позиции в социальных, политических, экономических институтах, позволяющие им осуществлять в современном обществе и его подсистемах интегративные и стабилизирующие функции и, в связи с этим, имеющих возможность принимать решения по распределению основных общественных ресурсов» [1, С. 127].

Политические элиты могут быть определены как группы лиц, способные в силу их стратегических позиций во властных организациях и движениях регулярно оказывать влияние на политические результаты [2].

Для более полного понимания сущности политических элит целесообразно обратиться к результатам исследования, проведенного Дука А. В. [1, 126], который рассмотрел политические элиты, с позиции тех сфер развития общества, на которые они могут повлиять. С точки зрения Дука А. В. «Политические элиты – можно охарактеризовать как представителей властных структур, которые занимают высокие должности и могут оказывать влияние на принятие важных решений на государственном уровне.» В своих исследованиях Дука А. В. выделяет ряд тактических и стратегических целей на достижение которых, ориентируются представители политических элит [1, 132]:

во-первых, стратегически важные должности, что позволит осу-

ществлять влияние на властные институты;

во-вторых, стремиться к контролю над деятельностью государственных органов власти. При этом активность может быть направлено не только на существующие организации, но также могут создаваться новые. Кроме того, при условии невозможности установления контроля над определенной организацией, могут возникать стремления к ее ликвидации.

в-третьих, способность лидера воздействовать на организации и властные структуры напрямую зависит от его личностных и организационных качеств, следовательно, необходимым является построение организационных и личностных связей, которые будут формировать основу дальнейшего взаимодействия;

в-четвертых, добиться стабильного развития ключевых для политической и экономической жизни институтов, что позволит отобразить позитивный эффект от нахождения у власти политических элит, что позитивно скажется на их имидже и доверии со стороны населения;

в-пятых, сформировать круг доверенных лиц и заручится поддержкой ключевых социально-политических институтов. Это отображает представительские характеристики элиты. При этом, Дж. Сартори [3] делает акцент на трех видах представительства: юридическое, социологическое и политическое;

в-шестых, обеспечить абсолютную законность всех действий политической элиты. Объект имеет политическую легитимность, если и только если он морально оправдан



в обладании политической властью, где обладание политической властью выступает попыткой использовать монополию (в рамках юрисдикции) в применении и в ведении законов. Для политических элит на стадии становления обеспечение легитимности является важнейшей и первоочередной задачей.

Обобщая изложенный материал, становится возможным перейти к пониманию того, что понимается под процессом институционализации в современной науке, а также обозначить применимость данного термина к политическим элитам. Итак, институционализация представляет собой формирование правового и организационного статуса общественных институтов либо отношений, связанных с этими институтами.

**Результаты исследования и их обсуждение.** Исходя из приведенного авторского определения, становится возможным привести также авторское определение понятия институционализации политической элиты – это процесс формирования специфических отношений, которые определяются нормативным регулированием и авторитетным воздействием группы лиц на принятие значимых государственных политических, экономических и социальных решений. В свою очередь результативность процесса институционализации политических элит определяется степенью одобрения населением деятельности политических институтов. Данные о поддержке основных государственных институтов приведены в табл. 1.

Таблица 1

Данные о поддержке государственных институтов по результатам исследования Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) [4]

| Одобрение либо неодобрение деятельности государственных институтов | Одобрение |      |      | Неодобрение |      |      | Индекс одобрения |     |     |
|--|-----------|------|------|-------------|------|------|------------------|-----|-----|
|  | де        | нт   | П    | де          | нт   | П    | де               | нт  | П   |
|  | ль        | ра   | ви   | ль          | ра   | ви   | ль               | ра  | ви  |
| январь 2007  | 75,4      | 38,2 | 34,8 | 17,2        | 36,9 | 48,6 | 58               | 1   | -14 |
| январь 2008  | 79,3      | 47,4 | 42,9 | 14,7        | 31,3 | 39,6 | 65               | 16  | 3   |
| январь 2009  | 83,4      | 54,4 | 47,3 | 10,3        | 19,1 | 29,6 | 73               | 35  | 18  |
| январь 2010  | 74,6      | 80,8 | 58,2 | 11,1        | 9,1  | 21,9 | 63               | 72  | 36  |
| январь 2011  | 73,6      | 75,6 | 51,3 | 14,3        | 13,6 | 29,0 | 59               | 62  | 22  |
| январь 2012  | 68,2      | 70,5 | 51,2 | 20,1        | 19,5 | 30,1 | 48               | 51  | 21  |
| январь 2013  | 57,3      | 58,1 | 53,2 | 30,8        | 30,5 | 31,5 | 26               | 28  | 18  |
| январь 2014  | 64,1      | 56,7 | 50,5 | 27,1        | 31,7 | 35,5 | 37               | 25  | 15  |
| январь 2015  | 87,2      | 71,1 | 66,9 | 7,2         | 17,1 | 18,9 | 80               | 54  | 48  |
| январь 2016  | 83,9      | 64,3 | 59,2 | 11,0        | 24,2 | 27,7 | 73               | 40  | 32  |
| январь 2017  | 85,3      | 60,7 | 62,6 | 9,1         | 25,8 | 25,9 | 76               | 35  | 37  |
| январь 2018  | 82,8      | 53,2 | 59,3 | 11,6        | 32,1 | 29,9 | 71               | 21  | 29  |
| январь 2019  | 62,1      | 35,0 | 39,5 | 28,4        | 49,6 | 47,4 | 34               | -15 | -8  |

Далее следует сделать акцент на том, что надежным методом идентификации политической элиты можно считать отнесение к этой категории лиц, принимающих важные решения.

В контексте научного исследования понятия институционализации политических элит уместно остановиться на лаконичных, но содержательных функциях, возложенных на политическую элиту, которые зави-



сят от ряда факторов. Это может быть и состояние экономического развития, и вектор внешнеполитического курса, и уровень демократичности режима. В развитых обществах политическая элита выполняет такие ведущие функции [6]:

- управление общественными процессами, решение социальных проблем, поддержание стабильности в обществе;

- предлагает социуму более высокие образцы поведения и сознания, чем рядовые граждане.

- стратегическая - определение политической программы действий путем генерирования новых идей, выработка концепции реформирования страны;

- организаторская - реализация на практике определенного курса, воплощение политических решений в жизнь;

- интеграционная - укрепление стабильности и единства общества, устойчивости его политической и экономической систем, недопущение и разрешение конфликтных ситуаций, обеспечения баланса из фундаментальных принципов жизнедеятельности государства;

- коммуникативная - эффективное отражение в политических программах интересов и потребностей различных социальных слоев и групп населения.

Для полноценной реализации указанных функций политическая элита должна быть носителем соответствующего набора черт и качеств. Среди таких основными является высокий уровень адаптивности, ответственность и способность к анализу и прогнозированию последствий принятых управленческих решений, дипломатичность, дальновидность и компромиссность в вопросах поиска

общественного консенсуса. Исследователи Савельева И. В., Казаков М. А. добавляют к этому перечню такие качества, как современный менталитет, государственный тип мышления, готовность к отстаиванию общенациональных интересов [6].

Дука А. В. Полагает, что настоящую политическую элиту надо воспитывать и настраивать на реализацию общественных интересов. В противном случае коррозия моральных ценностей, которая присуща большинству элиты, неизбежно «разъест» и само общество. Устранение этих угрожающих тенденций требует длительного времени, которое должно быть эффективно использовано для разработки теоретико-методологических основ деятельности современной политической элиты, ее приспособления к выполнению свойственных функций и завоеванию доверия у граждан собственной страны [1, 137].

Далее целесообразно рассмотреть, какие качества, навыки, умения особенно важны, полезны для политической элиты, помогают ей хорошо справляться со своими обязанностями. Это целесообразно рассматривать на основе результатов опроса общественного мнения, в отношении видения личностных качеств руководителей региона, проводимого Фондом «Общественное Мнение» (ФОМ) – табл. 2 [5].

Обобщая результаты опроса, приведенные в табл. 2, можно утверждать, что политическая элита в первую очередь должна быть представлена дипломатичными, волевыми, самостоятельными и компетентными специалистами, которые также обладают набором качеств сильной личности и готовы находить подход к подчиненным.





Таблица 2  
 Результат опроса общественного мнения, в отношении видения личностных качеств руководителей региона, проводимого Фондом «Общественное Мнение» (ФОМ) [5]

| Качество лидера  | 22 октября 2017 | 10 июня 2018 | 7 октября 2018 |
|--|-----------------|--------------|----------------|
| Дипломатичность, умение договариваться, достигать компромиссов                           | 32              | 32           | 30             |
| Воля, решительность, умение настоять на своём  | 31              | 31           | 34             |
| Самостоятельность, готовность принимать решения и брать на себя ответственность          | 29              | 30           | 30             |
| Эрудиция, компетентность, большой запас знаний   | 27              | 29           | 26             |
| Организаторские способности, умение контролировать работу подчинённых                    | 29              | 25           | 24             |
| Открытость, искренность, готовность разговаривать с людьми и прислушиваться к их мнениям | 23              | 24           | 24             |
| Умение разбираться в людях, видеть их сильные и слабые стороны                           | 26              | 22           | 23             |
| Энергия, высокая работоспособность   | 19              | 21           | 21             |
| Стратегическое мышление, умение строить выполнимые долгосрочные планы                    | 17              | 16           | 17             |
| Отсутствие страха перед переменами, готовность проводить реформы                         | 8               | 8            | 8              |
| Осторожность, привычка «семь раз отмерить», прежде чем «резать»                          | 5               | 5            | 5              |
| Затрудняюсь ответить   | 6               | 6            | 6              |

Однако, при этом, российская институциональная политическая элита в противовес ожиданиям населения, демонстрирует отсутствие установившейся традиции демократического управления и опыта консолидированной деятельности для обеспечения всеобщего благосостояния и консенсуса. Это свидетельствует об определенной дисфункции политического класса. Сегодня в отечественной практике сфера политической жизни все еще усиливает свои позиции по отношению желания быть основным организационным источником развития, несмотря на то, что существует объективное требование ослабления ее потенциальных воздействий в форме управленческой и административной силы. Как следствие, такие проявления порождают тенденцию к существованию противоречивых явлений, от-

рицательно влияющих на механизмы коммуникации власти и общества, функционирование системы развития общественной жизни, популяризацию моральных ценностей и вообще порождают институциональную несостоятельность основных элементов политической системы [7].

Одной из наиболее острых является проблема реализации коммуникативной функции политической элитой. В частности, стали привычными практики восприятия элитой населения страны исключительно в качестве электората и активизация диалога между политико-административной элиты и широкими кругами общественности преимущественно в период избирательных кампаний [8, 9].

Учитывая вышеизложенный тезис стоит остановиться на двух



важных аспектах, а именно - самоидентификация элиты и ее восприятие и оценки деятельности гражданами страны. Если политическая элита отождествляет себя с источником власти и принятием политических решений, то для общества политика все еще остается персонализированной. И политики, и граждане не учитывают такие критерии, как партийность, идеологическая идентификация, а главное - из-за отсутствия доступного механизма замеров и анализа ответственности игнорирует показатель эффективности в отношении представителей политической элиты. Сегодня социологические исследования свидетельствуют о низкой оценке деятельности политиков, ученые до сих пор не имеют действенных инструментов, позволяющих оценивать качество принятых политических управленческих решений и их последствия. В то же время отметим, что самоидентификация элит, их представление о себе обязательно должны пройти этап признания обществом и формирования их институциональной характеристики. Сейчас этот процесс запущен, но его алгоритм формируется параллельно с созданием элиты современного образца.

Еще одна проблема, которая отчасти лежит вне институциональных аспектов, но непосредственно влияет на функциональность политической элиты, касается несоответствия моральным критериям деятельности политиков. Нравственные основы не прописаны ни в одном нормативном документе, а потому не воспринимаются в качестве критериев рекрутирования кандидатов на высшие руко-

водящие должности государства или оценки компетентности представителей политической элиты. Для преодоления такого явления специалисты советуют использовать такие инструменты, как этический замер или моральная экспертиза политических программ.

Следует признать, что российское общество в «лице» общественного мнения достаточно четко и бескомпромиссно продиктовало отечественной политической элите требование полной ротации политической сферы, как властной, так и оппозиционной. Назревшими внутренними проблемами в России являются критические диспропорции в перераспределении материальных благ, монополизация политических и экономических ресурсов узкими группами элит, данные проблемы не претерпевали качественного решения в течение длительного времени. Такие обстоятельства обусловили ряд негативных явлений, которые своими последствиями вышли за пределы политико-властной плоскости. Учитывая эту ситуацию, попробуем предложить определенные механизмы, которые помогут преодолеть дисфункцию институционализации политической элиты и создать условия для демократической модернизации управленческого слоя в России.

Во-первых, реакцией общественности, общественного мнения на действия и решения политической элиты должно стать соблюдение критериев конституционализма, среди которых - исключительность закона и приоритет институциональных и формально-правовых отношений. Несоблюдение этих критериев приводит к гос-



подставу в сфере государственно-властных отношений и постоянных попыток найти путь, который бы позволял обходить закон для решения своих интересов, которые стоят перед политическими элитами. Игнорирование такой рекомендации приведет к доминированию корпоративных приоритетов и очевидной склонности органов власти к отстаиванию интересов институциональных элит, которые могут противоречить интересам общества. Такая ситуация приводит к тому, что в кругах политических элит формируются: безответственность, постоянное использование разного рода ресурсов для уклонения от выполнения законов, применение силовых приемов политико-административного управления и тому подобное. Поэтому институционализм как принцип функционирования политической элиты должен, с одной стороны, усилить демократические тенденции в развитии общества, а с другой - привести в соответствие властные полномочия и правовое поле их реализации.

Во-вторых, любая рациональная власть и, соответственно, властно-управленческая элита требует определенного общественного регулятора. Именно он, способен ограничить использование властных отношений и управленческих полномочий ради наживы, отстаивания личных целей. Нахождение такого регулятора является залогом осознания политической элитой сущности политико-властных отношений и своего места в них и одновременно показателем владения инструментами управленческой деятельности. Таким ограничителем может стать система

сдерживающих механизмов, противовесов или механизмов гражданского, общественного контроля и надзора. Общественные и наблюдательные советы при центральных органах власти - это первые шаги к созданию реальных условий участия гражданского общества в процессе разработки и принятия политических решений в государстве и контроля институциональных политических элит.

В-третьих, указанные в исследовании ценностные ориентиры и моральные регуляторы обязательны для соблюдения представителями политической элиты, должны быть дополнены личными качествами политиков. Правящую политико-административную элиту должен определять не только высокий уровень культуры, глубокая эрудиция, логическая обусловленность высокой должности, но и сформированность морально-этических качеств личности.

В-четвертых, налаживание конструктивной коммуникации между политической элитой и гражданским обществом, должно происходить с обязательным осознанием первой, ответственности перед гражданами (населением страны), восприятие своих функциональных обязанностей сквозь призму их потребностей и проблем. Залогом успешной реализации коммуникативной функции станет введение постоянно действующей обратной связи между институциональной политической элитой и обществом, в виде постоянных независимых мониторингов общественного мнения населения по различным аспектам государственного управления.

В-пятых, направленность России на построение демократическо-



го общества свидетельствует о том, что принципы функционирования политико-властной элиты в значительной мере совпадают с общепринятыми ценностями общества.

В данном направлении уже есть определенные подвижки, в частности, проводится конкурс управленцев «Лидеры России», который предполагает:

- государственное финансирование обучения для наиболее талантливых лидеров из разных регионов и социальных слоев;

- использование опыта лучших представителей политической и экономической элиты и получение консультаций у них;

- проведение глубокой оценки личностных и профессиональных качеств будущих лидеров с формированием плана развития для них.

Можно считать, что данный конкурс является одной из предпосылок государственного стимулирования формирования и развития политических элит, демократическим механизмом рекрутирования политических элит.

**Выводы.** В результате исследования взглядов ученых на понятие институционализации политической элиты, автором предложено собственное понимание данного термина, который следует понимать, как процесс формирования коммуникативно-управленческих отношений, которые определяются нормативным регулированием и авторитетным воздействием группы лиц на принятие значимых государственных политических, экономических и социальных решений в сфере государственного управления.

Кроме того, в статье доказано, что главным вызовом для политической элиты России является необходимость неукоснительного соблюдения национальных интересов, сосредоточение усилий на вопросах модернизации страны и улучшения ее международного имиджа, способность достичь положительных изменений в социально-экономической ситуации путем реализации реформ и прогресса в борьбе с коррупцией.

Очевидно, что проблемы формирования и функционирования институциональной политической элиты в России обусловлены укоренившейся бюрократической традицией, отсутствием демократического опыта и, соответственно, низким уровнем адаптивности элитарных кругов к современным требованиям времени. Такая ситуация является остаточным проявлением постсоветского периода, который можно преодолеть, используя как общественные требования обновления политической элиты, так и назревшую потребность ее качественной трансформации в контексте модернизации политической системы государства.

#### Литература

1. Дука А. В. Институционализация политико-административной элиты в Санкт-Петербурге // *Полития*. — 2003. — № 2. — С. 126–149.
2. Higley J., Burton M. *Elite foundations of liberal democracy*. — Lanham: Rowman & Littlefield publishers, 2006. — P. 7.
3. Sartori G. *Representational systems* // *International encyclopedia of the social sciences* / Ed. by D.L. Sills. — N.Y.: The Macmillan company & The free press, 1968. — Vol. 13. — P. 465–474.



4. Одобрение населением Деятельности общественных институтов – Исследование Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ) – Электронный ресурс – Режим доступа: [https://wciom.ru/news/ratings/odobrenie\\_deyatelnosti\\_obshhestvenx\\_institutov/](https://wciom.ru/news/ratings/odobrenie_deyatelnosti_obshhestvenx_institutov/)

5. Какие качества, навыки, умения особенно важны, полезны для руководителя региона, помогают ему хорошо справляться со своими обязанностями? – Фонд «Общественное мнение» – Электронный ресурс – Режим доступа: <https://fom.ru/Politika/14116>

6. Савельева И. В., Казаков М. А. Институционализация региональных элит в процессе реализации национальных интересов современной России // Вестник Тамбовского университета: Серия Гуманитарные науки. 2014. № 2(130). С. 182-187.

7. Власть и элиты / Гл. ред. А. В. Дука. Т.5. СПб.: Интерсоцис, 2018. — 624 с.

8. Ашин Г. Толерантность и элита / Г. Ашин // Власть. -2002.- №5.-С.28-36

9. Сартори Дж. Вертикальная демократия [Электронный ресурс] / Дж. Сартори. - Режим доступа: [http://www.polisportal.ru/files/File/puvlication/StariejublikaciiPolisa/S/1993-2-9-Sartori-Vertikalnaya\\_demokratiya.pdf](http://www.polisportal.ru/files/File/puvlication/StariejublikaciiPolisa/S/1993-2-9-Sartori-Vertikalnaya_demokratiya.pdf).

10. Политические учения XX-XXI вв / Егоров В.Г., Абрамов А.В., Алексеев Р.А., Алябьева Т.К., Березкина О.С., Вититнев С.Ф., Козьякова Н.С., Лавренов С.Я., Синчук Ю.В., Федорченко С.Н. Москва, 2015

**Specific institutionalization of the political elite in modern Russia**  
Ivanova L.A.  
Astrakhan State University

The article analyzes the features of institutionalization of the political elite of modern Russia. The purpose of the study is to generalize the theoretical foundations and develop practical recommendations for understanding the significance and importance of institutionalizing political elites. The paper concretizes the essence of the political elite and outlines the directions for the formation of political elites in modern Russia based on the analysis of scientific literature on a given topic. The main characteristics of modern political elites in modern society are determined. The features of the influence of modern political elites on social life in modern Russia are indicated. The prerequisites for the development of Russian society under the influence of political elites are formed.

**Keywords:** political elite, Russian society, institutionalization of the political elite, development of Russian society.

#### References

1. Duka A. V. Institucionalizaciya politiko-administrativnoj elity v Sankt-Peterburge // Politika. — 2003. — № 2. — S. 126–149.
2. Higley J., Burton M. Elite foundations of liberal democracy. — Lanham: Rowman & Littlefield publishers, 2006. — P. 7.
3. Sartori G. Representational systems // International encyclopedia of the social sciences / Ed. by D.L. Sills. — N.Y.: The Macmillan company & The free press, 1968. — Vol. 13. — P. 465–474.
4. Odobrenie naseleniem Deyatelnosti obshhestvennyh institutov – Issledovanie Vserossijskogo centra izucheniya obshhestvennogo mneniya (VCIOM) – Elektronnyj resurs – Rezhim dostupa: [https://wciom.ru/news/ratings/odobrenie\\_deyatelnosti\\_obshhestvennyx\\_institutov/](https://wciom.ru/news/ratings/odobrenie_deyatelnosti_obshhestvennyx_institutov/)
5. Kakie kachestva, navyki, umeniya osobeno vazhny, polezny dlya rukovoditelya regiona, pomagayut emu horosho spravlyatsya so svoimi obyazannostyami? – Fond «Obshhestvennoe mnienie» – Elektronnyj resurs – Rezhim dostupa: <https://fom.ru/Politika/14116>
6. Saveleva I.V., Kazakov M.A. Institucionalizaciya regionalnyh elit v processe realizacii nacionalnyh interesov sovremennoj Rossii // Vestnik Tambovskogo universiteta: Seriya Gumanitarnye nauki. 2014. № 2(130). S. 182
7. Vlast i elity / Gl. red. A.V.Duka. T.5. SPb. : Intersocis, 2018. — 624 s.
8. Ashin G. Tolerantnost' i jelita / G. Ashin // Vlast'. - 2002. - №5. - S. 28-36.
9. Sartori Dzh. Vertikal'naja demokratija [Elektronnyj resurs] / Dzh. Sartori. — Rezhim dostupa: [http://www.polisportal.ru/files/File/puvlication/StariejublikaciiPolisa/S/1993-2-9-Sartori-Vertikalnaya\\_demokratiyaTpdf](http://www.polisportal.ru/files/File/puvlication/StariejublikaciiPolisa/S/1993-2-9-Sartori-Vertikalnaya_demokratiyaTpdf).
10. Political teachings of the XX-XXI centuries / Egorov V.G., Abramov A.V., Alekseev R.A., Alyabyeva T.K., Berezkina O.S., Vititnev S.F., Kozyakova N.S., Lavrenov S.Ya., Sinchuk Yu.V., Fedorchenko S.N. Moscow, 2015



## Модели и способы коммуникации в современном мире

Лагутин Ю.В.

Стремительное развитие информационных технологий привело к тому, что социум XX - XXI вв. закономерно и объективно воспринимается как информационное общество. В связи с этим практическая задача выявления и анализа моделей и способов коммуникации становится весьма актуальной.

На сегодняшний день средства массовой информации представлены целым рядом форм-факторов, однако стоит отметить, что ввиду значительной популяризации интернет-комьюнити именно это поле является приоритетным.

**Ключевые слова:** сциентизация, мегаполис, интекрнет, СМИ, информационные технологии, глобализм, урбанизация, коммуникация, социальные практики, информация, аудитория, общество, город, технический прогресс

Первые теории массовой коммуникации строились по бихевиристской модели (по принципу «стимул – реакция»), подкреплялись безграничной верой во всеислие пропаганды. Так, в 1948 г. американский ученый Гарольд Дуайт Лассуэлл предложил модель на основе опыта ведения пропаганды в армейских подразделениях во время Второй мировой войны. Модель используется для анализа массовой коммуникации и любого коммуникативного действия, которое раскрывается по мере ответа на последовательные вопросы: кто? сообщает что? по какому каналу? кому? с каким эффектом? с каким намерением?

Таким образом, модель Лассуэлла представляет собой и развернутый план самого коммуникативного действия, и модель исследования коммуникационного процесса. В ее структуру не входит обратная связь. Коммуникация выглядит односторонне.

Дальнейшие исследования (Ховланд, Келли, Липпманн и др.) показали, что индивидуальный опыт, личностные особенности, уровень интеллекта, коммуникативный стиль в большей степени,



чем принадлежность к социальной группе, определяют реакции на средства массовой коммуникации.

Ховланд (1950-е гг., Йельский университет) установил, что диалогический или монологический принципы организации сообщения могут быть успешными для разных типов аудитории, доказав ограничения бихевиористской концепции. Экспериментально было доказано, что источник информации, пользующийся доверием аудитории, эффективнее влияет на ее установки. Ховланд и Вейс предположили, что достоверность источника складывается из измерений профессионализма и надежности.

После Второй Мировой войны выявляется модель «селективного влияния». Воздействие средств массовой коммуникации опосредуется «промежуточными переменными» - индивидуальными различиями, социокультурными особенностями, социальными взаимоотношениями.

Со второй половины 30-х гг. до 1960-х – парадигма непреодолимого влияния средств массовой коммуникации была окончательно пересмотрена. Акцентируется роль личности в процессе коммуникации.

В 70-е гг. фокус исследований сместился с изменения установок на когнитивные факторы.

С 1980-х гг. по настоящее время выделяется модель «социального конструктивизма». Средства массовой информации оказывают мощное влияние, конструируя социальную реальность [1]. Но влияние средств не универсально и не тотально. Сообщение средств массовой коммуникации – часть процесса, с помощью которого инди-

виды конструируют значения, общественное мнение – часть процесса, с помощью которого журналисты кристаллизуют значение в публичном заявлении [8].

В современном мире существует несколько моделей коммуникации: от авторитарной, максимально ограничивающей свободу информации, до постнеклассического подхода, при котором коммуникация выступает в качестве активной самоорганизующейся среды, а действия общества воспринимаются в качестве подлинного элемента социальной системы [13].

Коммуникация между средствами массовой информации и потребителями контента по-прежнему осуществляется посредством печатных изданий, теле- и радиовещания, однако любая из этих областей дублируется в интернет-пространстве, чтобы быть замеченной молодым поколением [14].

Указанное обстоятельство объясняет тот факт, что в современной медийной среде цифровое поле становится своего рода конвергенцией. Это связано прежде всего с тем, что в основе трансформации информационного поля лежит дигитализация. При этом разные виды каналов коммуникации образуют единое пространство.

Учёные выделяют шесть видов конвергенции, которые находятся в тесной взаимосвязи друг с другом.

Конвергенция сетей подразумевает, что всё транслируется через одну сеть: ТВ, интернет, радио, мобильная связь. Эта конвергенция обуславливает в свою очередь необходимость конвергенции терминалов, которая подразумевает, что одно устройство совмещает разнообразные функции [2]. В свою





очередь это диктует необходимость конвергенции услуг, которая заключается в единообразии тарификаций. Кроме этого, выявляется и конвергенция жанров. Так, например, газетные жанры могут использоваться в интернет-контенте. Конвергенция рынков диктует рекламодателям работать как, например, на ТВ платформе, так и в интернет пространстве. Данное обстоятельство обуславливает выделение конвергенции нормы. Необходимы унифицированные правила, регламентирующие существование разных платформ.

В современном цифровом обществе в связи со спецификой потребления контента модно выделить четыре вида новых потребностей [4]:

1. Технологическая потребность, которая заключается в необходимости появления новых устройств, адекватных современным условиям.

2. Социальные потребности. Люди иначе потребляют контент, формируются новые интересы.

3. Правовые потребности. Происходит трансформация структуры ценностей и приоритетов.

4. Экономическая потребность заключается в трансформации бизнес-модели медиа.

Данные потребности во многом связаны с моделями и способами коммуникации. Так, например, характеризуя технологическую потребность, необходимо отметить переход от коллективной модели коммуникации к индивидуальной. Произведения русской классической литературы, исторические очерки наглядно показывают, что изначально модель коммуникации выглядела следующим образом:

центр коммуникации (рояль, книга, информационный повод, камин, круглый стол с абажуром), вокруг которого собирается семья, общество [1].

Со второй половины XIX века коммуникационная модель изменяется. Коммуникационный центр (радио, телевизор) становятся встраиваемыми и, стало быть, индивидуальными. Они используются одним человеком в автомобиле, в смартфоне, в планшете и даже в душевой кабине, но при этом тенденция к индивидуальной модели коммуникации не исключает коллективную, так как остались терминалы в виде больших экранов, которые также продолжают выполнять функцию центра коммуникации.

В связи с развитием коммуникационных моделей неизбежно отмечаются и изменения в средствах массовой коммуникации. Так, например, возникли изменения в сфере телевизионного бизнеса. Телевидение по сути превращается в базу данных, где человек сам выбирает контент. В настоящее время ничтожно малое количество зрителей ориентируется на телевизионную программу. Как правило, рейтинг телевизионного продукта зависит от рейтинга предыдущей программы. На программу зритель может наткнуться случайно, и здесь важно удержать его внимание.

Под новую коммуникационную модель вынуждены подстраиваться и печатные средства массовой информации. Электронное чтение всё больше вытесняет чтение печатное. Газета вынуждена переходить на цвет, качество формата выбирать инфографику, которая по структуре напоминает комиксы.



Киноиндустрия в современных условиях также сталкивается с проблемами. Smart TV вполне конкурирует с кинотеатром.

Наблюдаются и социальные изменения, меняется общество. Основная причина данной трансформации - информационная перегруженность. Человек в целях экономии времени тяготеет к визуальному восприятию информации и к контенту узкой направленности. Трансформация коммуникационной модели приводит к новым видам контента. Человек сам становится производителем контента. Так появляются блоги, индивидуальные колонки в соцсетях, которые пользуются доверием у потребителей информации.

Контент становится более персонализированным. Помимо блогов появляются индивидуальные словари, справочники, Википедия, YouTube, Flickr. Данная коммуникационная модель сопровождается снижением медиаграмотности, так как данные в этих источниках практически не проверяются.

За последние 10 лет модель потребления контента кардинально изменилась. Поспособствовало этому как развитие носимой электроники и значительное увеличение скорости беспроводного интернета, так и количество, а также, что не менее важно, качество контента, доступного для карманных гаджетов.

Также стоит отметить, что за последнее десятилетие произошло несчётное количество революционных технических нововведений не только в мобильной индустрии, но и в сфере компьютеров и ноутбуков: сегодня экраны от некоторых производителей опережают

возможности площадок, через которые пользователи потребляют контент, ноутбуки весят лишь немногим больше смартфона, а по толщине не превосходят обыкновенный карандаш.

В 2011 году большинство телевизоров не имело поддержки Full HD и не предлагало никаких функций, кроме непосредственного показа телеканалов или вывода на экран картинки с внешнего носителя (при наличии необходимых разъёмов). На пути из 2011 в 2017 год ТВ-мониторы обзавелись изогнутой формой, 5K разрешением, качественными встроенными динамиками, несколькими «умными» операционными системами, возможностью с лёгкостью вывести YouTube и игры, а также многим другим, но так и не смогли даже сохранить показатели 2011 года.

Появление универсальных терминалов, совмещающих в себе множество разнообразных функций, и возможность одновременного использования нескольких устройств привели к появлению фактически новой коммуникационной модели и новому способу обмена информацией, условно называемые «передай другому».

Стоит отметить, что данная модель коммуникации, основанная на индивидуальном поведении, реализующая обсуждение того или иного факта, события, продукта или указание на него, является высокоэффективной. Это ещё в 70-ые годы доказал Джозеф Клаппер в своей работе «Воздействие массовой коммуникации» [8], отмечая, что «разговор с друзьями», т.е. по сути интерперсональные модели коммуникации способны оказывать гораздо большее влияние. Совре-



менные реалии также служат этому подтверждением: перепостированную статью гораздо быстрее прочтут, нежели статью без репоста. Таким образом интерперсональная модель коммуникации депопуляризирует традиционную модель масс-медиа.

Таким образом, практическая задача выявления и анализа моделей и способов коммуникации является весьма важной. Изучение коммуникативных возможностей позволяет не только выявить эффективные модели и способы обмена информацией и ее получения с целью их использования для получения результата, но и позволит задуматься над социальными практиками, влияющими на состояние современного общества.

#### Литература

1. Бабосова Е.С., Коркия Э.Д., Мамедов А.К. Город как коммуникативное пространство: социокультурный анализ; Российско-Белорусский научный журнал Союзного государства "Белая Вежа" // № 4(19), 2015, с. 108-115
2. Брайант Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ. М., 2004.
3. Булацкий, Г. В. Социология общения: журналистам о социальной природе и политических функциях общения Текст. / Г. В. Булацкий, Ю. Д. Прилюк ; науч.ред. Л. П. Буева. Минск: Университетское, 1987.- 174 с.
4. Винер, Н. Человек управляющий Текст. / Н. Винер. СПб. : Питер, 2001.-288 с.
5. Гавра, Д. П. Основы теории коммуникации Текст. / Д. П. Гавра.— СПб : Роза мира, 2005. 4.1. - 235с.
6. Елизарова, Г. В. Интерпретация культуры как текстовой сущности Текст. / Г. В. Елизарова. СПб. : Книжный дом, 2008. - 192 с.
7. Кашкин, В. Б. Основы теории коммуникации Текст. / В. Б. Кашкин. -М., 2007.- 175 с.
8. Клаппер, Дж. Воздействие массовой коммуникации / 1960.
9. Конецкая, В. П. Социология коммуникации Текст. : учебник / В. П. Конецкая. М. : Международный университет бизнеса и управления, 1997. -304 с.
10. Лисина, М. И. Общение со взрослыми у детей первых семи лет жизни Текст. / М. И. Лисина // Психология развития : хрестоматия. СПб : Питер, 2001.-С. 155-162.
11. Ольшанский, Д. В. Психология масс Текст. / Д.В. Ольшанский. СПб : Питер, 2002. - 368 с.
12. Постер М. Кибердемократия: Интернет и публичная сфера // Контексты современности — II: хрестоматия / сост. и ред. С.А. Ерофеев. Казань, 2001.
13. Почепцов Г.Г. Теория коммуникации. М.: «Рефл-бук», К.: «Ваклер», 2001.
14. Шарков, Ф. И. Теория коммуникации Текст. / Ф.И. Шарков.- М. : РИП-холдинг, 2004. 246 с.
15. Шевченко J1. Е. Социокультурный аспект глобализации Текст.: монография / Л.Е.Шевченко. Уфа : Изд-во БГПУ, 2009. - 124 с.
16. Шендрик, А. И. Глобализация и гуманитарное знание Текст. // Знание. Понимание. Умение. 2005. - № 1. - С.56-68.
17. Никулин Л.Ф., Сулимова Е.А. Влияние современных технологий на парадигму менеджмента // Инновации и инвестиции. 2018. № 2. С. 125-131.



**Models and methods of communication in the modern world**

**Lagutin Yu.V.**

Moscow State University named after M.V. Lomonosov

The rapid development of information technology has led to the fact that society XX - XXI centuries. lawfully and objectively perceived as an information society. In this regard, the practical task of identifying and analyzing models and methods of communication becomes very relevant.

To date, the media are represented by a number of form factors, however, it is worth noting that in view of the significant popularization of the Internet community, this field is a priority.

**Keywords:** scientization, megalopolis, internet, media, information technology, globalism, urbanization, communication, social practices, information, audience, society, city, technological progress

**References**

1. Babosova E.S., Korkiya E.D., Mamedov A.K. City as a communicative space: sociocultural analysis; Russian-Belarusian scientific journal of the Union State "White Vezha" // No. 4 (19), 2015, p. 108-115
2. Bryant J., Thompson S. Fundamentals of media exposure. M., 2004.
3. Bulatsky, G. V. Sociology of communication: reporters about the social nature and political functions of communication Text. / G.V. Bulatsky, Yu. D. Prilyuk; scientific editor L.P. Bueva. Minsk: Universitetskoye, 1987.- 174 p.
4. Wiener, N. Man Managing Text. / N. Wiener. SPb. : Peter, 2001.288 s.
5. Le Havre, D. P. Fundamentals of the theory of communication Text. / D.P. Le Havre. - St. Petersburg: The Rose of the World, 2005. 4.1. - 235s.
6. Elizarova, G. V. Interpretation of culture as a textual entity Text. / G.V. Elizarova. SPb. : Book House, 2008 .-- 192 p.
7. Kashkin, V. B. Fundamentals of the theory of communication Text. / V. B. Kashkin. -M., 2007.- 175 p.
8. Clapper, J. The Impact of Mass Communication / 1960.
9. Konetskaya, V. P. Sociology of Communication Text. : textbook / V.P. Konetskaya. M.: International University of Business and Management, 1997. -304 p.
10. Lisina, M. I. Communication with adults in children of the first seven years of life Text. / M. I. Lisina // Development Psychology: anthology. St. Petersburg: Peter, 2001.-S. 155-162.
11. Olshansky, D. V. Psychology of the masses Text. / D.V. Olshansky. St. Petersburg: Peter, 2002 .-- 368 p.
12. Poster M. Cyberdemocracy: the Internet and the public sphere // Contexts of the present - II: reader / comp. and ed. S.A. Erofeev. Kazan, 2001.
13. Pocheptsov G.G. Communication theory. M. : "Refl-book", K. : "Wakler", 2001.
14. Sharkov, F. I. The Theory of Communication Text. / F.I. Sharkov.- M.: RIP-holding, 2004.246 p.
15. Shevchenko J1. E. Sociocultural aspect of globalization Text: monograph / L.E. Shevchenko. Ufa: Publishing House of BSPU, 2009 .-- 124 p.
16. Shendrick, A. I. Globalization and Humanitarian Knowledge Text. // Knowledge. Understanding. Skill. 2005. - No. 1. - P.56-68.
17. Nikulin L.F., Sulimova E.A. The influence of modern technology on the management paradigm // Innovations and Investments. 2018. No. 2. P. 125-131.



## Contents

### THEORY AND METHODOLOGY

- Baturenko S.A. Social stratification in the sociological theory of Ralf Darendorf.....4  
 Zhuravleva I.A. The university in public space of civil society ..... 14  
 Ivanov R.V. Quality of patriotism in modern Russia .....21  
 Kravchenko A.I. Work as the first vital need: ideological zadannost and objective reality .....27  
 Malyshev M.A. Legislative providing mechanism of increase in efficiency of social partnership.....51  
 Tirsky M.G., Druzhinin G.V. Korporiruyemost of social communities: sociological and legal aspects60  
 Farakhutdinov of Sh.F. Panov A.V. Difficulties and prospects of development of neuromarket researches ..... 74

### APPLIED RESEARCHES

- Averin Yu.P. Impact of quality of life of the Russian population on its valuable structure .....87  
 Vasilyev A.Yu. The analysis of efficiency of development of the enterprise in modern conditions: sociological aspect ..... 111  
 Kim A. S. The analysis of images of national intolerance and tolerance in virtual space.....121  
 Malykh S.V. The creative enterprise university (on an example of the YOKE) ..... 126  
 Mekhrishvili L.L. Tkachyova N.A. Features of health saving behavior of residents of the large city ..... 134  
 Polyushkevich O.A. Creativity and openness of public space of Irkutsk ..... 143

- Sushko VA. A social and economic condition and the felt quality of life of the population of Russia..... 150  
 Treskin P.A. Change of the place and a role of non-profit organizations during a digital era..... 163

### CULTURE SOCIOLOGY.

#### SOCIOLOGY OF MANAGEMENT

- Belyayev E.A. Process of an inkulturation of the Chinese students in educational space of the Russian higher education institution ..... 168  
 Gusarova Z.V. Social examination of quality of life of youth of the Moscow region ..... 177  
 Smirnov K.I. A social and demographic portrait of readers of public newspapers in St. Petersburg.. 184  
 Sokol L.N. Training military centers and military departments eyes of the Far East students ..... 189  
 Shipunova O.D., Berezovskaya I. P., Kedich S.I. Factors of personal motivation in modeling of Wednesday of training ..... 198

### THEORY AND CULTURAL HISTORY. PHILOSOPHICAL ANTHROPOLOGY. CULTURE PHILOSOPHY

- Bogatyreva L.G. Innovations and traditions in life of the modern woman ..... 210  
 Mochalov E.V. Yury Krizhanich as predecessor of ideology of the Russian world: to statement of a problem ..... 218  
 Nurislamov R.R. Rock culture as welfare phenomenon ..... 228



|  |   |
|--|---|
| Popov V. V., Musika O.A. Fenomenologiya's Music of time in the context of the theoretical bases of the concept of an inklyuziya ..... <b>234</b> | <b>GLOBAL AND SOTSIYETALNY PROCESSES. GLOBALIZATION SOCIOLOGY</b>                                     |
| Seryogin A.A. Censorship of media: law on fake news ..... <b>242</b>   | Ivanova L.A. Features of an institutionalization of political elite of modern Russia ..... <b>257</b> |
| Terteshnikova N.D. Formation of the personality within regional cultural space: methodologies aspect . <b>248</b>                                | Lagutin Yu.V. of Model and ways of communication in the modern world ..... <b>266</b>                 |



## Авторы

**Аверин** Юрий Петрович – доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой методологии социологических исследований социологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова. marfenka28@gmail.com)

**Батуренко** Светлана Алексеевна - кандидат социологических наук, доцент кафедры истории и теории социологии социологического факультета, МГУ им. М.В. Ломоносова. level\_s@rambler.ru

**Беляева** Екатерина Александровна – канд. социол. наук, доцент, кафедра «Управления персоналом», ФГБОУ ВО «Уральский государственный горный университет»,  
ekaterina.podergina@mail.ru

**Березовская** Ирина Петровна, доцент, канд. филос. наук. кафедра истории, философии, социологии политологии, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I, ipberozovskaya@rambler.ru

**Богатырева** Людмила Геннадьевна, канд. филос. н., доцент, ФГАОУ ВО «Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского» (ННГУ), mila\_nki@mail.ru

**Васильев** Алексей Юрьевич, кандидат социологических наук, доцент кафедры экономики и управления Стерлитамакского филиала Башкирского государственного университета, holod82@yandex.ru

**Гусарова** Злата Валерьевна, аспирант факультета государственного управления, МГУ имени М. В. Ломоносова, zgusarova1993@mail.ru

**Дружинин** Г.В. - преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, druzhinin93@mail.ru

**Журавлева** Ирина Александровна – кандидат философских наук, доцент, заведующая кафедрой государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, zhuravleva\_ia@list.ru

**Иванов** Роман Викторович – кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры Государственного и муниципального управления Института социальных наук, Иркутского государственного университета, history2002@bk.ru

**Иванова** Лилия Александровна, аспирант кафедры социологии, Астраханский государственный университет, lili\_iva@mail.ru

**Кедич** Светлана Игоревна, доцент, канд. психол. наук, кафедра прикладной психологии, Петербургский государственный университет путей сообщения Императора Александра I, kedichsi@inbox.ru

**Ким** Александр Сергеевич – доктор политических наук, профессор кафедры «Социально-гуманитарных наук» ФГБОУ ВПО «Хабаровский государственный университет экономики и права», руководитель Конфликтологического центра при кафедре социально-гуманитарных наук, stosorok2005@yandex.ru

**Кравченко** Альберт Иванович – доктор социологических наук, профессор, ведущий научный сотрудник кафедры истории и теории социологии социологического факультета МГУ. kravchenkoai@mail.ru

**Лагутин** Юрий Викторович, аспирант кафедры социологии коммуникативных систем, ФГБОУ ВО «Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова», lagutinyury@gmail.com)

**Малых** Светлана Владимировна – кандидат исторических наук, доцент,





кафедра русского языка и общего языкознания, Институт филологии иностранных языков и медиа коммуникаций Иркутского государственного университета, lana.malyx@bk.ru

**Малышев** Максим Алексеевич - кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии управления факультета государственного управления МГУ имени М.В. Ломоносова. Malishev@sra.msu.ru

**Мехришвили** Ламара Ленгизовна - доктор социологических наук, заведующий кафедрой гуманитарных наук и технологий, Тюменский индустриальный университет, mehrishvilil@tyuiu.ru, lamara\_m@inbox.ru

**Мочалов** Евгений Владимирович -- заведующий кафедрой философии ФГБОУ ВО «Мордовский государственный университет», mochalov\_ev@mail.ru

**Музыка** Оксана Анатольевна, доктор философских, профессор, ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» Таганрогский институт им. А. П. Чехова (филиал).

**Нурисламов** Рустам Радикович. аспирант кафедры культурологии Московского государственного института культуры, Greenlife5@mail.ru

**Панова** Александра Викторовна - переводчик 1 категории кафедры иностранных языков, Тюменский индустриальный университет, rapovaav@tyuiu.ru

**Полюшкевич** Оксана Александровна - кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры государственного и муниципального управления, Институт социальных наук, Иркутский государственный университет, okwook@mail.ru

**Попов** Виталий Владимирович, доктор философских, профессор, ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)» Таганрогский институт им. А. П. Чехова (филиал). vitl\_2002@list.ru

**Серёгин** Алексей Анатольевич, магистрант. кафедра политологии и международных отношений. ФГБОУ ВО «Российский государственный социальный университет» (РГСУ), alexsereginrsu@yandex.ru

**Смирнов** Кирилл Игоревич, Аспирант, Северо-Западный институт Российской академии народного хозяйства и государственной службы при президенте Российской Федерации, Социологические науки, k.i.smimov@gmail.com

**Сокол** Лариса Николаевна, аспирант, заведующий учебно-методическим кабинетом военного учебного центра, Комсомольский-на-Амуре государственный университет

**Сушко** Валентина Афанасьевна - кандидат социологических наук, доцент кафедры методологии социологических исследований социологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова. valentina.sushko@gmail.com

**Тертешикова** Наталья Демьяновна, старший преподаватель кафедры менеджмента Забайкальского государственного университета, terteshnikovan@mail.ru

**Тирских** М.Г. - кандидат юридических наук, профессор кафедры международного права и сравнительного правоведения Юридического института Иркутского государственного университета, e-mail: tirskm@mail.ru

**Ткачева** Нина Алексеевна - доктор социологических наук, профессор кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Sever626@mail.ru

**Трескин** Петр Андреевич - преподаватель кафедры государственного и муниципального управления Института социальных наук Иркутского государственного университета, директор ОГКУ «Центр социальных и информационных услуг для молодежи», treskin-ne@ya.ru

**Фарахутдинов** Шамиль Фаритович - кандидат социологических наук, доцент кафедры маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, fshamil@mail.ru

**Шипунова** Ольга Дмитриевна, профессор, д-р филос. наук кафедра общественных наук, Гуманитарный Институт, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, 29 o\_shipunova@mail.ru

