

Фонд «Всероссийский центр изучения общественного мнения»

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

**IX-я международная социологическая  
Грушинская конференция**

**«Социальная инженерия:  
как социология меняет мир»**

**20—21 марта 2019 г.**

*Материалы конференции*

Москва  
2019

УДК 316.653(082)

ББК 60.56

М34

**Ответственный редактор:**

Анна Викторовна Кулешова —

кандидат социологических наук, член российской  
Ассоциации научных редакторов и издателей (АНРИ) (Россия)

М34 Материалы IX международной социологической Грушинской конференции «Социальная инженерия: как социология меняет мир», 20—21 марта 2019 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. — М. : АО «ВЦИОМ», 2019. — 480 с.

ISBN 978-5-906345-20-2

В сборнике представлены материалы IX международной социологической Грушинской конференции «Социальная инженерия: как социология меняет мир».

**УДК 316.653(082)**

**ББК 60.56**

ISBN 978-5-906345-20-2

© ВЦИОМ, 2019

## Содержание

### **Исследования и социальная инженерия в эпоху цифровизации**

<i>О. Н. Вершинская, Е. Е. Скворцова</i> .....	<b>10</b>
Повсеместная цифровизация: козволюция культуры и техники	
<i>В. В. Журавлев</i> .....	<b>15</b>
Методология и методика изучения поведенческих моделей и стратегий пользователей социальных сетей: совмещение традиционных социологических методов и возможностей технологий работы с большими данными (Big Data)	
<i>С. И. Копкарева</i> .....	<b>20</b>
Предпосылки использования онлайн фокус-групп в формате видеочата в социологических исследованиях	
<i>И. Э. Петрова</i> .....	<b>25</b>
Социальная робототехника: пространство формирования искусственной социальности	

### **Социальное конструирование в цифровой медиасреде**

<i>В. Л. Примаков</i> .....	<b>29</b>
Медиатизация современного общества как фактор социальной регуляции	
<i>Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская, А. А. Азаров, Д. Н. Карзубов</i> .....	<b>35</b>
Структура сетевых связей онлайн-сообществ мобилизации протестных установок (на примере онлайн-сообществ сети «ВКонтакте», обсуждающих проблемы развития Крыма в составе РФ)	
<i>Н. А. Рябченко, О. П. Малышева</i> .....	<b>46</b>
Трансформация социально-политической коммуникации: структурно-реляционный анализ феномена fake news	
<i>С. Г. Ушкин</i> .....	<b>53</b>
Fake news и проблема доверия: социологическое измерение	
<i>А. В. Царева</i> .....	<b>58</b>
Исследовательская модель онлайн-сообществ в сфере здоровья	
<i>А. В. Соболева, Е. Д. Муханова</i> .....	<b>62</b>
Исследование «сообществ смерти» как новой формы опасности в школьной среде	
<i>О. А. Алексеева, О. Ю. Бестужева, Е. Е. Скворцова</i> .....	<b>66</b>
Интернет-риски людей старшего возраста (по результатам социологического опроса пользователей интернета 55+, Москва, 2018)	

**Методическая рефлексия — исследуем осмысленно**

<i>А. А. Возьмитель</i> .....	<b>73</b>
Актуальные направления научного изучения общественного мнения	
<i>М. В. Новокрещенов, К. Ю. Шепетина</i> .....	<b>78</b>
Совместное конструирование интервьюера и респондента при получении согласия на телефонное интервью: статусно-ролевой анализ	
<i>М. Б. Люскин, М. Н. Яковлева</i> .....	<b>84</b>
Некоторые аспекты верификации в эмпирической социологии	
<i>Н. А. Романович</i> .....	<b>89</b>
Социологические опросы: вовлеченность, информированность и отношение к ним населения	
<i>А. В. Владимирова</i> .....	<b>104</b>
Власть цифр: рейтинги как инструмент глобального управления	
<i>В. В. Токарев</i> .....	<b>108</b>
Основные результаты проекта «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний-2019»	
<i>Ю. К. Кормушина, А. В. Минькова</i> .....	<b>113</b>
Автоматизация оперативной деятельности региональной исследовательской компании: современные возможности	
<i>А. В. Чернов</i> .....	<b>117</b>
Инфлюэнсер против ЛОМа?	
<i>Е. А. Белик</i> .....	<b>121</b>
Возможности социологической диагностики латентной деятельности террористических организаций в Интернете	
<i>В. И. Ильин</i> .....	<b>126</b>
Экзистенциальная социология как социотерапия	
<i>К. А. Платонов, Д. И. Юдина</i> .....	<b>131</b>
Ошибки интерпретаций социологических пресс-релизов в российских интернет-СМИ	
<i>М. В. Субботина</i> .....	<b>137</b>
Возможности изучения социальных представлений о герое и героизме	
<i>А. В. Яковенко, Т. Е. Серикова</i> .....	<b>145</b>
Глобальные кризисы и социоинженерный потенциал социологии по их преодолению	
<i>Н. В. Смутькина</i> .....	<b>150</b>
Методология и методы политико-психологического исследования образа страны в сознании граждан	
<i>А. В. Марченко</i> .....	<b>156</b>
«Сказка» как инструмент социальной инженерии	

<i>Г. Э. Добрякова</i> .....	<b>163</b>
Как сформировать доказательства авторства с помощью технологий	
<b>Власть и общество: технологические инструменты обратной связи. Эффективная коммуникация или манипуляция?</b>	
<i>Ю. В. Соболевская</i> .....	<b>166</b>
Социологические исследования — инструмент выявления общественного мнения по вопросам права	
<i>А. В. Саблуков</i> .....	<b>172</b>
Политические настроения как показатель отношения к реформам	
<i>О. В. Филимонов</i> .....	<b>176</b>
Взаимодействие полиции и сетевых сообществ социальной направленности	
<i>С. В. Назаренко</i> .....	<b>182</b>
Максимизация институционального участия граждан — приоритетное направление социальной инженерии (теории) и проспективного социального контроля (практики)	
<i>Т. В. Евгеньева</i> .....	<b>188</b>
Идентификационное измерение образа страны: методы исследования и интерпретация результатов	
<i>К. О. Магомедов</i> .....	<b>194</b>
Модель мониторинга влияния социальных факторов на эффективность работы государственных гражданских служащих	
<i>Д. Г. Передня</i> .....	<b>200</b>
Ведомственный мониторинг общественного мнения о деятельности полиции: итоги и перспективы	
<i>Е. В. Исхакова, И. И. Епишкин</i> .....	<b>208</b>
Аккаунты органов государственной власти в социальных сетях как инструмент обратной связи	
<i>С. Н. Большаков</i> .....	<b>217</b>
Концепция социотехнической системы в контексте решения актуальных задач государственного управления	
<i>С. Н. Першуткин</i> .....	<b>220</b>
От исследований — к проектам президентских инициатив	
<i>Н. Х. Рахимова</i> .....	<b>226</b>
Институты гражданского общества: эффективные механизмы взаимодействия (по результатам опросов общественного мнения)	
<i>Г. К. Лапушинская</i> .....	<b>231</b>
Проблемы выявления мнения граждан при реализации проектов программы поддержки местных инициатив	

**Фиксировать, предвосхищать, моделировать.****Социальная инженерия в управлении социальными институтами  
(рынок труда, образование, здравоохранение)**

<i>Н. П. Шукина</i> .....	<b>238</b>
К вопросу о результативности совершенствования независимой оценки качества условий оказания социальных услуг	
<i>И. С. Шаповалова</i> .....	<b>244</b>
Системная диагностика в сопровождении бережливых трансформаций корпорации	
<i>А. В. Халявкин</i> .....	<b>253</b>
Социальная инженерия: как она может способствовать изменению мира, опираясь на раскрытие возможностей по увеличению активного долголетия	
<i>С. П. Сторожева, Н. Л. Микиденко</i> .....	<b>257</b>
Управление массовыми спортивными практиками в контексте здоровьесберегающих технологий	
<i>А. В. Гизатуллина</i> .....	<b>261</b>
Социальная инженерия в управлении трудовой занятостью женщин	
<i>Е. Ю. Васильева</i> .....	<b>266</b>
Роль социальной инженерии в выполнении задач охраны материнства и детства	
<i>Е. В. Кочкина</i> .....	<b>272</b>
Удается ли государству помочь молодым мамочкам вернуться из декрета на перспективные сегменты рынка труда?	
<i>А. Ю. Фодоря, Г. В. Заярская, К. Н. Ермошкин</i> .....	<b>277</b>
Оценка уровня соответствия детских оздоровительных лагерей регионов РФ требованиям московского стандарта детского отдыха	
<i>М. В. Артамонова</i> .....	<b>284</b>
Практика выращивания институтов: институциональные ловушки профессиональных стандартов	
<i>Д. В. Зернов</i> .....	<b>299</b>
Влияние стратегии выбора вуза на процесс обучения и профессиональные ориентации студентов	
<i>И. В. Ситникова</i> .....	<b>304</b>
Современное студенчество: особенности профессионального выбора	
<i>О. М. Дудина</i> .....	<b>309</b>
К вопросу о социальной технологии создания научно-образовательных школ	
<i>А. Н. Тимохович, С. С. Филенко</i> .....	<b>313</b>
Музей в формате научного центра: новые возможности социализации подростков	

## **Социология образа жизни**

<i>Ж. Т. Тощенко</i> .....	<b>319</b>
Смысл жизни — опыт интерпретации с позиций социологии	
<i>А. А. Басилян</i> .....	<b>322</b>
Коливинги как современный формат жилья в России	
<i>В. А. Рудаков</i> .....	<b>330</b>
Исследование изменений читательского интереса у школьников (на примере Ханты-Мансийского автономного округа — Югры)	
<i>Я. В. Дидковская</i> .....	<b>338</b>
Работающая молодежь индустриальных регионов России: проблемы реализации инновационного потенциала	
<i>А. А. Басилян</i> .....	<b>345</b>
Сборник культурных проектов: практика и перспективы	
<i>Л. А. Сони́на, О. В. Хлопкова, А. Е. Шастина</i> .....	<b>350</b>
Исследование антипотребительского поведения российской молодежи	
<i>А. А. Вохмина</i> .....	<b>356</b>
Модель формирования проэкологического сознания на примере экологоориентированных групп в социальных сетях	
<i>А. С. Неунылова</i> .....	<b>359</b>
Социологический анализ символического контента танца как элемента субкультуры	

## **Социальный градусник**

**(индикаторы: благополучие, счастье, настроения и др.)**

<i>И. В. Троцук</i> .....	<b>364</b>
Рейтинги счастья: причины популярности и методические проблемы	
<i>Д. В. Сальникова</i> .....	<b>368</b>
Самооценка населением материального положения как индикатор изменения в реальных доходах населения	
<i>В. А. Жебит, Е. В. Жебит</i> .....	<b>374</b>
Российский средний класс: что показал поиск	
<i>А. В. Селезнева</i> .....	<b>379</b>
Отношение российской молодежи к своей стране как индикатор общественных настроений: ценностные основания	
<i>А. В. Андрееenkova</i> .....	<b>385</b>
Общественное мнение в России и в Европе о системе безусловного базового дохода	

<i>Р. А. Убайдуллаева</i> .....	<b>391</b>
Современная система ценностных представлений и установок населения Узбекистана (по результатам опросов общественного мнения)	

**Роль исследований волонтерства для развития сектора:  
фактор развития или убеждающий ритуал?**

<i>Т. А. Гужавина</i> .....	<b>398</b>
Социальный капитал в волонтерском движении	
<i>О. И. Щербаклова, Т. А. Демина</i> .....	<b>401</b>
Взаимосвязь уровня стресса и доброжелательности у волонтеров и людей, не занимающихся волонтерской деятельностью	
<i>А. Г. Истомина</i> .....	<b>408</b>
Волонтерство на спортивных мегасобытиях (на примере Чемпионата мира по футболу FIFA 2018)	

**Социальные мобильности: трансформация социальных систем  
под влиянием ключевых глобализационных трендов**

<i>С. Ю. Сивоплясова</i> .....	<b>413</b>
Брачная эмиграция из России: проблемы и прогнозы	
<i>У. К. Мутаев</i> .....	<b>419</b>
Формирование трендов интеграции мигрантов в принимающее общество	

**Закрытые/локальные сообщества как часть социальной системы**

<i>Л. У. Курбанова</i> .....	<b>424</b>
Семейно-брачные отношения в контексте плюрализма правовых институтов в локальных обществах	
<i>К. А. Галкин</i> .....	<b>428</b>
Повседневность пожилых людей с хроническим (инвалидизирующим) заболеванием на селе	
<i>В. Н. Коротких</i> .....	<b>432</b>
Гендерный фактор и служба в МВД. Результаты пилотажного исследования	

**Социолог в городском управлении**

<i>А. А. Павлов</i> .....	<b>436</b>
«Безопасные» аспекты «умного города»: внедрение и использование	
<i>О. Ю. Колесниченко, Н. В. Присяжная, А. В. Решетников, Д. А. Яковлева, Л. С. Мазелис, А. С. Коржавина, И. Н. Григорьевский, Ю. Ю. Колесниченко</i> .....	<b>440</b>
Город будущего. «Умный город-мозг» для неосоциума	

**НЕМОСКВА: практики управления на основе социологических данных  
в российских регионах**

<i>В. В. Токарев</i> .....	<b>448</b>
Региональные исследовательские компании: основные характеристики и динамика показателей	
<i>И. В. Троцук</i> .....	<b>455</b>
Мониторинги развития сельских территорий: «количество», «качество» или их сочетание?	
<i>Л. П. Федоренко</i> .....	<b>459</b>
Опыт социологического исследования в провинциальном муниципалитете	
<i>Е. А. Когай</i> .....	<b>463</b>
Социокультурные основания регионального стратегирования (по материалам фокус-групп)	
<i>А. Д.-Б. Самба</i> .....	<b>467</b>
Новые слои в социально-профессиональной структуре Республики Тыва	
<i>М. М. Старикова</i> .....	<b>474</b>
Жилищные отношения и позиции горожан в системе жилищного неравенства (на примере регионального и районных городов Кировской области)	

*Исследования и социальная инженерия в эпоху цифровизации***О. Н. Вершинская, Е. Е. Скворцова****ПОВСЕМЕСТНАЯ ЦИФРОВИЗАЦИЯ:  
КОЗВОЛЮЦИЯ КУЛЬТУРЫ И ТЕХНИКИ**

*ВЕРШИНСКАЯ Ольга Николаевна — доктор экономических наук, главный научный сотрудник, Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН, Москва, Россия  
E-MAIL: vershinskaya@mail.ru*

*СКВОРЦОВА Елена Евгеньевна — научный сотрудник, Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН, Москва, Россия  
E-MAIL: skvortsova\_e@mail.ru*

**Аннотация.** В статье рассмотрены основные проблемы современного этапа развития общества: несоответствие новых условий жизни устаревшим нормам и правилам поведения; цифровая грамотность как первоочередное условие социализации; необходимость системного взаимодействия представителей академической науки и специалистов-практиков; изучение психологии принятия решений потребителями; переход к человекоцентричной модели, в основу которой положена поведенческая экономика; определяющими факторами вхождения людей в цифровой мир и жизни в нем являются возраст и язык; разнородность аудитории пользователей, которая состоит из по-разному сформированных поколений; умение правильно использовать новые возможности, избегать или гасить риски, что зависит от того, о каком потребителе идет речь.

Также представлены результаты исследования, проведенного междисциплинарной группой Института социально-экономических проблем народонаселения РАН «Новые возможности и новые риски потребления электронных услуг людьми старшего возраста». Исследование людей старшего возраста было двухэтапным, что удовлетворяет условиям современной социологии: на первом этапе проведены глубинные интервью пенсионеров, на втором этапе выводы качественного исследования проверены количественным опросом. Нарождающиеся тенденции интернетизации подтверждены количественным опросом: трансформация общения, виртуализация потребительского поведения, расширение культурных

возможностей пользователей, актуализация новых рисков, усиление значения эмоционального фона, изменение форм мышления. Проведенное двухэтапное исследование дало представление о роли психологических факторов в использовании интернета пожилыми людьми.

**Ключевые слова:** цифровизация, цифровая грамотность, человекоцентричность, поведенческая экономика, коэволюция, язык, старшее поколение, интернет, электронные услуги и риски, информационная безопасность

Тенденции и закономерности жизнедеятельности людей меняются под влиянием информационно-коммуникационных технологий и перехода от аналогового мира к цифровому.

1. Цифровая грамотность становится ведущим направлением развития. Разносторонность и многонаправленность трансформационных процессов не всем нашим современникам позволяют охватить масштабность преобразований, распознать преимущества замены аналогового мира на цифровой.

2. Вопрос о несоответствии новых условий жизни устаревшим нормам и правилам поведения сегодня обсуждается недостаточно. Появляющиеся новые нормы и правила поведения пока мало изучены. На этапе перехода государства к цифровой экономике требуется формирование и системное взаимодействие различных экспертных групп, состоящих как из представителей академической науки, так и из специалистов-практиков. Их интенсивное взаимодействие позволит выявить приоритетные тенденции и зоны риска. В новой стратегии функционирования экономики в соответствии с вызовами цифрового времени акцент должен делаться на продуктивности и содержательности информации, накоплении новых знаний, формировании цифровых потребностей, стимулировании желания узнавать новое.

3. В обстановке повсеместной цифровизации актуализируется потребность в постоянно действующей системе открытых (очных и дистанционных) курсов обучения разных форм, позволяющих охватить широкие слои населения страны.

4. Новая наука, поведенческая экономика, наука о восприятии и принятии решений изучает психологию принятия решений потребителями. На процесс принятия решений в бизнесе и повседневной жизни влияют разные факторы, однако везде эти факторы делятся на внутренние (эмоции, мысли) и внешние (ситуация, контекст).

5. Технологии — это только инструмент, позволяющий реализовывать разные идеи. В основу человекоцентричного подхода положена поведенческая экономика. Осознание самого факта человекоцентричности современной экономики привело к опубликованию Декларации человекоцентричности, в которой сказано, что «чело­векоцентричность — это подход в маркетинге и менеджменте, достигающий большей эффективности в решении бизнес-задач за счет анализа и проектирования факторов, влияющих на поведение людей» [Декларация человекоцентричности, 2018]. Эти факторы часто спрятаны не в идеальном человеке экономическом, а в бессознательной зоне — контексте, эмоциях, искаженном мышлении и восприятии.

Линейная модель восприятия мира рассчитана на идеального человека, человека экономического [Майнцер, 2009]. В 1970-х годах, немецкий физик-теоретик Герман Хакен ввел термин *синергетика*, имея в виду, что этот подход рассматривает возникновение новых свойств и характеристик у сложных систем, подсистемы которых этими свойствами не обладают. По сути, это теория возникновения новых качеств. Еще Гераклит мыслил реальность как процесс, а не как результат, как арену борьбы и самоорганизации разных сущностей. Эти процессы неустойчивы и нелинейны, особенно в социальной сфере.

6. Определяющими факторами вхождения в цифровой мир и жизни в нем являются возраст и язык. Язык народа всегда был схемой его мирозерцания. Язык сегодня меняется в первую очередь. Для молодежи писать с маленькой буквы, без знаков препинания, сокращая любые слова, используя множество английских слов, написанных русскими буквами, — это естественный процесс. Это часть все тех же ценностей — «легко, удобно и быстро». А для старших поколений освоить этот новый язык — нелегкий труд. По мнению консалтингового агентства цифровых стратегий 'Russian Behavioral Unit', встает вопрос «языкового проектирования», разговорника для общения с пользователями. Мир постоянно ускоряется, 24/7. Что происходит с устной речью и с письменным языком — серьезный вопрос социальной инженерии.

7. Мы вступаем в мир, в котором виртуальность сливается с реальностью. Информационная среда резко меняется. Роль информации в цифровом мире становится главенствующей. Идет коэволюция культуры и техники. Понятия «мы», такого как раньше, больше нет, мы больше не объединены вертикалями, горизонтальные связи убивают иерархию [Черниговская, 2018]. Аудитория пользователей крайне разнородна, она

состоит из нескольких разнонаправленных и по-разному сформированных поколений. Важно понимать, кто, где и когда сформировался. Новое цифровое поколение сформировалось в совсем другой среде, оно видит мир иначе. Уже понятно, что как результат у людей ухудшается память и внимание, что появилась новая болезнь — цифровая зависимость. Виртуальная реальность начинает нами манипулировать, она нас изучает и на этой основе выбирает контент для нас лично.

8. Интернет родился как проект усиления кооперации, он дает нам множество новых возможностей. Цифровой мир может стать человеку другом. Одинокие люди ищут общения, и интернет дает им его. В цифровой реальности человеку нужно научиться правильно использовать новые возможности, научиться избегать или гасить риски, обустроиться, найти себя, понять, что этому мешает. И все это зависит от того, о каком потребителе идет речь. Стереотипы поведения и стереотипы мышления меняются, людям, родившимся в аналоговом мире, нужно помочь их освоить. Выделить по-разному адаптированные к цифровизации поколения по возрасту трудно, есть хорошо адаптированные и в 60+ и в 70+, и есть плохо адаптированные в 40+. Жизнедеятельность старшего поколения в условиях цифровизации — актуальнейшая тема.

10. Междисциплинарная группа сотрудников ИСЭПН РАН в 2017—2018 гг. провела в Москве двухэтапное социологическое исследование людей возраста 55+, пользователей интернета, с целью изучения особенностей пользования интернетом во всех сферах жизнедеятельности, факторов адаптации, рисков, которым данная категория пользователей подвергается, осведомленности в отношении интернет-безопасности и утилизации старой компьютерной техники. На первом этапе использовался метод глубинного интервью, чтобы выявить нарождающиеся тенденции интернетизации, опрошено 25 человек [Алексеева и др., 2018], затем последовал электронный опрос 486 человек [Алексеева и др., 2019]. Целью количественного исследования было подтверждение/опровержение результатов качественного исследования.

Количественный опрос эмпирически подтвердил следующие тенденции, выявленные в результате качественного исследования: трансформация общения, виртуализация потребительского поведения, расширение культурных возможностей пользователей, актуализация новых рисков, связанного с ними эмоционального фона, изменение форм мышления. Проведенное двухэтапное исследование дало представление о роли психологических факторов в использовании интернета пожилыми людьми,

уровне их удовлетворенности новыми возможностями. Было установлено, что стаж работы в интернете, социальные связи являются объективными факторами адаптации пенсионеров к интернету, а основные проблемы немолодых пользователей сегодня — это возраст и русский язык.

Особенностью изучаемой аудитории пользователей на втором этапе стала их активность и восприимчивость к приобретению новых знаний, поскольку все они обучались на компьютерных курсах. Специфика вопросов анкеты была такова, что предложенные варианты ответов обогащали новой информацией целевую аудиторию, тем самым оказывая помощь старшему поколению в освоении виртуального мира. Результаты исследования могут быть использованы при разработке рекомендаций, направленных на стимулирование информационной активности старшего поколения и его информационной безопасности.

### Список литературы

1. Алексеева О. А., Бестужева О. Ю., Вершинская О. Н., Скворцова Е. Е. Адаптация пенсионеров к интернет-среде // Социальная психология и общество. Международное научное издание. 2018. Т. 9. № 2. С.150—165.
2. Алексеева О. А., Бестужева О. Ю., Вершинская О. Н., Галюжин А. Ю., Скворцова Е. Е. Новые возможности и новые риски потребления электронных услуг людьми старшего возраста // Народонаселение. 2019. Т. 22. № 1 (в печати).
3. Декларация человекоцентричности. URL: <http://behavioralunit.ru/blog/deklaracia-chelovekocentrichnosti> (дата обращения: 02.04.2019).
4. Майнцер К. Сложносистемное мышление: Материя, разум, человечество. Новый синтез. М. : Книжный дом «ЛИБРОКОМ». 2009. 464 с.
5. Черниговская Т. Выступление по телеканалу Культура в передаче Агора от 10 ноября 2018 г. «Виртуальная реальность. Торжество изоляционизма или новая коммуналка?». URL: [https://tvkultura.ru/video/show/brand\\_id/61882/episode\\_id/1982047/video\\_id/2029867/viewtype/picture/](https://tvkultura.ru/video/show/brand_id/61882/episode_id/1982047/video_id/2029867/viewtype/picture/) (дата обращения: 02.04.2019).

**В. В. Журавлев**

## **МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДИКА ИЗУЧЕНИЯ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ И СТРАТЕГИЙ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ: СОВМЕЩЕНИЕ ТРАДИЦИОННЫХ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ МЕТОДОВ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ТЕХНОЛОГИЙ РАБОТЫ С БОЛЬШИМИ ДАННЫМИ (BIG DATA)**

*ЖУРАВЛЕВ Владимир Владимирович — аспирант кафедры социологии МО и СПН, Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия*

*E-MAIL: v\_zhuravlev@inbox.ru*

*ORCID: 0000-0002-5422-8436*

**Аннотация.** В современном российском обществе социальная дифференциация населения происходит не только по социально-демографическим, экономическим, политическим и другим традиционным формальным признакам, но и по характеру вовлеченности людей в сетевое коммуникационное интернет-пространство — в зависимости от его доступности для социальных субъектов. Общественные трансформации оказывают влияние на модели поведения людей в информационной среде, которые сегментируются на офлайн- и онлайн-стратегии, определяющие способы коммуникационного взаимодействия, культурной идентичности. Это требует поиска новых форм и способов изучения социальной дифференциации интернет-аудитории социальных сетей, в частности: фиксирование и анализ «цифрового следа» с помощью технологий работы с большими данными (Big Data), их сочетания с методами социологического анализа.

**Ключевые** слова: социальная дифференциация, большие данные, big data, поведенческие модели, поведенческие стратегии, типология, интернет-аудитория, социальные сети

В настоящее время одной из наиболее интенсивно развивающихся методологических стратегий в социологии является социологический конструктивизм. Предметом науки в соответствии с данной парадигмой выступают общественное сознание и поведение в условиях конкретной среды.

В рамках изучения социальной дифференциации трансформирующегося российского общества в информационном пространстве имеются открытые, доступные данные для формулировки объяснительных

гипотез, что определяет выбор экспериментально-практической стратегии социологического исследования. Постановка цели исследования включает качественно-количественное описание объекта, его свойств, состояний. Неотъемлемым элементом данной стратегии является целевая аналитическая выборка по задачам исследования и гипотезам о причинных связях.

Стратегия социологического исследования включает интеграцию определенных познавательных средств и ресурсов (методов, техник, измерительных операций, инструментария), их поэтапное систематическое использование в целях достижения поставленных задач, а также последующую концептуализацию полученных данных.

Методическая тактика представляет собой систему операций, процедур, приемов установления социальных фактов, их систематизацию и средства их анализа. К ней можно отнести: способы (методы) сбора первичных данных; правила осуществления выборочных исследований; способы построения социальных показателей; методы количественного анализа.

Предмет социологического исследования — состояние, динамика и среднесрочный прогноз социальной дифференциации интернет-аудитории социальных сетей. Рабочая гипотеза исследования состоит в наличии социальной дифференциации пользователей социальных сетей по характеру их включенности в коммуникационное интернет-пространство: поведенческим моделям и стратегиям в социальных медиа.

В качестве метода сбора первичных данных в исследовании применяется опрос с запрограммированной самозаполняемой анкетой, доступной на сайте социальной сети в браузере на компьютере или другом устройстве с доступом в интернет, а также в мобильном приложении социальной сети на смартфоне или планшете. Данный способ сбора первичных данных имеет ряд следующих ограничений: проблема ненаблюдения (непопадание в выборочную совокупность непользователей интернета); проблема неответа (отказ от участия в опросе); проблема самоотбора и мотивированный трафик (пользователи, мотивацией для прохождения опроса которых выступает получение вознаграждения).

Инструментарий социологического исследования реализуется в форме онлайн-опроса следующих типов: опросы, создаваемые во внешних конструкторах (SurveyGizmo, SurveyMonkey, Typeform, Google Forms), и «нативные» опросы, создаваемые внутри i-frame приложений социальной сети «ВКонтакте» ([https://vk.com/page-1\\_9279356](https://vk.com/page-1_9279356)).

## «НАТИВНЫЕ» ОПРОСЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

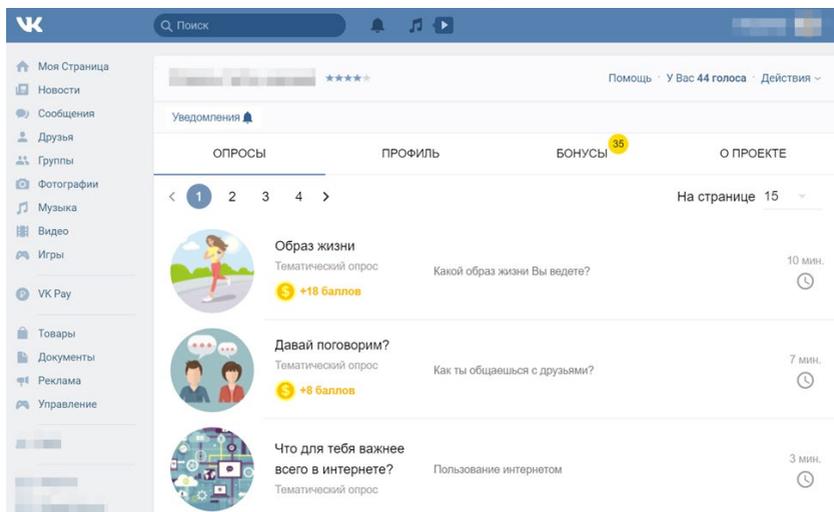


Рисунок 1. Визуальное представление онлайн-опросов внутри i-frame приложений социальной сети «ВКонтакте»

Социологическое исследование поведенческих моделей и стратегий пользователей социальных сетей реализуется выборочным методом с наличием или отсутствием вероятностного механизма отбора, а также по списочной или несписочной выборке. Наибольший эффект дает создание многоосновной базы проведения выборочного исследования, в которой используется комбинация нескольких основ отбора. Основная причина использования многоосновного отбора — возможность возместить недостатки каждой основы достоинствами другой.

Таблица 1. **Выборочные методы онлайн-опросов в социальных сетях**

	<b>Наличие вероятностного механизма отбора</b>	<b>Отсутствие вероятностного механизма отбора</b>
<b>Списочная выборка</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Опросы специфических выборочных совокупностей</li> <li>— Опросы генеральной совокупности</li> <li>— Онлайн-панели</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Опросы по неполным спискам специфических выборочных совокупностей</li> <li>— Опросы по спискам, собранным самоотбором</li> <li>— Онлайн-панели</li> </ul>
<b>Несписочная выборка</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Перехватывающие опросы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>— Опросы без ограничений (самоотбор)</li> </ul>

Отсутствие вероятностного механизма отбора частично компенсируется следующими методическими тактиками: максимально широкое рекрутирование по времени и источникам; перекрестное квотирование; добавление элементов рандомизации; искусственное ограничение исследуемой генеральной совокупности до пользователей интернета; игнорирование на этапе сбора данных и корректировка на этапе работы с собранными данными (взвешивание, восстановление, моделирование), а также дорогостоящие процедуры рекрутирования непокрытой части генеральной совокупности.

Ключевыми источниками рекрутирования пользователей социальных сетей в опрос являются рекламный и органический трафик. Рекламный трафик привлекается посредством создания рекламной кампании во «ВКонтакте» и рекламного объявления, настройки таргетинга пользователей социальной сети «ВКонтакте» по географии, социально-демографическим характеристикам, интересам и техническим параметрам. Органический трафик привлекается через создание сообщества по интересам, использование бесплатных инструментов коммуникации с подписчиками сообщества и привлечения их в опрос.

Новые формы и способы изучения социальной дифференциации интернет-аудитории социальных сетей включают в себя фиксирование и анализ «цифрового следа» с помощью технологий работы с большими данными (Big Data). Технологии работы с большими данными пользователей социальной сети «ВКонтакте» предполагают работу с публичным API «ВКонтакте» ([https://vk.com/dev/first\\_guide](https://vk.com/dev/first_guide)). API «ВКонтакте» — это интерфейс, позволяющий получать информацию из базы данных vk.com с помощью http-запросов к специальному серверу. Синтаксис запросов и тип возвращаемых ими данных строго определены на стороне самого сервиса.

Дополнительным инструментом для работы с большими данными является программное обеспечение PyCharm, которое представляет собой интегрированную среду разработки для языка программирования Python. PyCharm позволяет создавать и сохранять регулярно запускаемые скрипты для совершения различных операций с данными пользователей социальной сети «ВКонтакте». Статистический анализ данных реализуется средствами языка программирования Python и его специализированных библиотек, а также экспортом данных в программное обеспечение для статистической обработки данных SPSS.

**Выводы.** Поиск новых форм и способов изучения социальной дифференциации интернет-аудитории социальных сетей требует системного

и последовательного подхода к разработке и реализации методологии и методики социологического исследования, включающего сочетание методов социологического анализа и технологий работы с большими данными (Big Data). Во-первых, определяются методологическая стратегия и методическая тактика. Во-вторых, уточняются актуальность, объект, предмет и рабочая гипотеза социологического исследования. В-третьих, определяется соответствующий целям и задачам исследования, а также имеющимся в наличии ресурсам, тип онлайн-опроса: внешний или «нативный». Далее определяются выборочный метод и реализуется многоосновной отбор. Выбор между рекламным и органическим трафиком (или их комбинацией) существенно определяет методологический и методический успех социологического исследования. Технологии работы с большими данными расширяют возможности социологического исследования и повышают его теоретическую и практическую значимость в условиях трансформации современного российского общества.

**С. И. Копкарева**

## **ПРЕДПОСЫЛКИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ОНЛАЙН ФОКУС-ГРУПП В ФОРМАТЕ ВИДЕОЧАТА В СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ИССЛЕДОВАНИЯХ**

*КОПКАРЕВА Светлана Игоревна — кандидат социологических наук, социолог, ООО «МИТОС ПРОДАКШН», Москва, Россия*

*E-MAIL: svetlana\_expert@list.ru*

*ORCID: 0000-0002-8487-2329*

**Аннотация.** В рамках метода фокус-групп в практике российских социологов получили распространение классические фокус-группы и онлайн-форумы. Об использовании формата видеочатов (видеоконференций) в отечественных публикациях упоминается как об отдельных попытках, которые не увенчались успехом. Распространение цифровой культуры, развитие интернета и улучшение технических характеристик компьютеров и смартфонов позволяют пересмотреть отношение к данному формату и рекомендовать его к применению. Проведение классических фокус-групп имеет ряд ограничений, например, возникают сложности при географической удаленности участников от исследователя, значительном территориальном разбросе либо высокой занятости участников. Формат видеочата позволяет преодолеть эти ограничения. Опыт использования метода в социально-политических и маркетинговых исследованиях подтвердил возможность получения данных в таком же объеме и качестве, как и в случае применения классических фокус-групп. Также существуют дополнительные возможности, которые предоставляет использование формата видеочата. В частности, расширяются возможности для заказчика по контролю и корректировке процесса сбора данных, появляется возможность тестирования интернет-контента в обстановке, привычной для пользователя. В организационном плане формат видеочата также имеет ряд преимуществ, например, позволяет оптимизировать время проведения фокус-групп, снижает зависимость от конъюнктурных моментов в случае проведения социально-политических исследований.

**Ключевые слова:** методы социологических исследований, качественные методы, фокус-группа, онлайн фокус-группа, видеочат, видеокон-

## ференция, удаленное участие, особенности видеочатов, преимущества видеочатов, технические сложности

Фокус-группа по праву является одним из наиболее любимых практиками качественных методов. С развитием технологий коллективное общение, которое лежит в основе этого метода, приобретает новые формы. В связи с этим для социологов открываются новые возможности для модификации метода. В частности, онлайн-пространство становится способом преодоления основных ограничений классического метода фокус-групп — пространственно-временной зависимости и организационных сложностей.

На данный момент теоретическое обоснование и практическое развитие в России получили интернет-форумы — письменное онлайн-общение специально отобранных участников на специализированной площадке (форуме) по заданной модератором тематике, растянутое во времени от трех дней до нескольких недель. Несмотря на то, что метод зачастую позиционируется как разновидность фокус-групп, очевидно, что он имеет ярко выраженную специфику, свою методику и технику организации и проведения, свои преимущества и ограничения.

Вместе с тем такой очевидный способ оптимизации проведения фокус-групп, как использование формата онлайн-видеочатов, в России не получил должного развития. В отечественной социологической науке и практике встречаются только отрывочные упоминания [Онлайн исследования..., 2010: 162] о возможности коллективного видео- и аудиообщения в интернет-пространстве.

Попытки проводить видеочаты для получения социологической информации предпринимались в постсоветский период, но исследователи столкнулись со сложностями, вызванными неудовлетворительным уровнем развития интернета и слабой компьютеризацией в России в период 1990—2000-х годов, в результате:

- происходило искажение генеральной совокупности в связи с отсутствием свободного доступа к интернету значительной части населения;
- низкая скорость интернет-сигнала приводила к помехам и препятствовала свободному общению и включению в беседу;
- отсутствие опыта видеообщения в онлайн-пространстве накладывало отпечаток на поведение участников.

Преодоление указанных сложностей становилось для социологов более ресурсозатратным, чем организация классической фокус-группы.

От метода отказались. О попытках его использования в России на современном этапе неизвестно: социологические агентства не упоминают о методе в своих офертах, публикации на данную тему отсутствуют. На текущий момент метод даже не имеет собственного устоявшегося названия.

Вместе с тем проблемы, с которыми сталкивались предшественники, с развитием технологий нивелируются:

- растет охват интернет-аудитории;
- объективно увеличивается верхняя возрастная граница активных интернет-пользователей;
- интернет-общение становится естественным и привычным для значительной части людей;
- возрастает скорость и стабильность интернет-соединения;
- развивается мобильный интернет;
- улучшаются характеристики персональных компьютеров и смартфонов;
- увеличивается количество платформ, предоставляющих возможности для видеосвязи, качество их услуг возрастает, стоимость снижается.

Дополнительной предпосылкой для внедрения метода в социологическую практику служит возрастающая динамика жизни. В силу этого переход в онлайн-пространство и сокращение временных затрат каждого участника фокус-группы позволяет избежать перекоса в сторону незанятых категорий населения при рекрутинге.

Социологическое агентство «МИТОС ПРОДАКШН» более года занимается тестированием и внедрением метода фокус-групп в формате видеочата в практику социологических исследований. За это время были проведены видеочаты на социально-политическую тематику в четырех федеральных округах Российской Федерации и маркетинговые исследования в двух федеральных округах.

При проведении социально-политических исследований не было выявлено каких-либо ограничений для использования метода. Посредством проведения фокус-групп в формате видеочата были успешно решены типовые для данных исследований задачи: изучение социально-политического климата, электоральных настроений, ожиданий и запросов населения, отношения граждан к различным политическим решениям, отношения и доверия к органам власти, должностным лицам, кандидатам и партиям, тестирование агитационных материалов.

В рамках маркетинговых исследований констатировано только одно очевидное ограничение — невозможность дегустации продуктов. В то же

время с помощью видеочатов успешно решаются многие маркетинговые задачи, в том числе: изучение лояльности бренду, выявление сильных и слабых сторон бренда, аудит ассортиментной, сбытовой, ценовой политики, выявление ближайших конкурентов, ожиданий от бренда, тестирование рекламных роликов, тестирование дизайна и контента сайтов.

Таким образом, отличия фокус-группы в формате видеочата от классической фокус-группы менее значительны, чем у интернет-форумов, и сводятся к следующему: видеочаты не предполагают физического присутствия участников в одном месте, а проводятся онлайн на специализированной интернет-платформе.

Несмотря на указанные различия, фокус-группы в формате видеочата сохраняют преимущества классической фокус-группы, связанные с использованием режима круглого стола:

- проводятся в режиме реального времени;
- предусматривают использование устной коммуникации;
- предполагают доступность невербальных средств общения;
- предусматривают высокую интенсивность общения;
- предполагают интеракцию участников между собой;
- предопределяют спонтанность реакций участников.

В связи с вышесказанным фокус-группы в формате видеочата можно рассматривать как полноценный аналог классическим фокус-группам. Кроме того, данный формат более эластичен и позволяет сформировать и провести группу в тех ситуациях, когда организацию классической фокус-группы затрудняют препятствия объективного характера. Можно выделить следующие преимущества фокус-групп в формате видеочатов:

- позволяют преодолеть территориальную удаленность участников от исследователя или значительную географическую разобщенность участников группы;
- дают возможность оптимизировать время проведения фокус-групп при его дефиците;
- снижают влияние конъюнктурных моментов в случае проведения социально-политических исследований;
- позволяют заказчику отслеживать ход одной и более фокус-групп в режиме реального времени и оперативно передавать модератору свои рекомендации и дополнительные вопросы к участникам группы;
- предоставляют возможность провести тестирование сайтов в естественной для пользователей обстановке с их собственного

электронного устройства и получить от них первичную реакцию на размещенный контент;

- облегчают демонстрацию фото- и видеоматериала.

Ограничения метода на данный момент связаны с серьезной дифференциацией в социально-экономическом развитии российских регионов и относительно недавним характером технологического рывка, в результате которого становление старшего поколения происходило до выхода компьютеров в широкое пользование:

- на текущий момент формат неприменим в небольших населенных пунктах (главным образом — сельского типа), на территориях с низким уровнем жизни, слабой компьютеризацией населения, территориях с недостаточным развитием интернета, включая мобильный интернет;
- имеет ограничения при исследовании возрастной аудитории (65 лет+).

Таким образом, практика применения показывает жизнеспособность метода фокус-групп в формате видеочата на современном этапе. Наблюдаемая динамика позволяет предположить, что влияние указанных ограничений с каждым годом будет снижаться, в результате чего метод можно рассматривать не только как действенный, но и как перспективный.

### **Список литературы**

Онлайн исследования в России 2.0 / под редакцией Шашкина А. В., Девятко И. Ф., Давыдова С. Г. М. : РИЦ «Северо-Восток», 2010.

**И. Э. Петрова**

## **СОЦИАЛЬНАЯ РОБОТОТЕХНИКА: ПРОСТРАНСТВО ФОРМИРОВАНИЯ ИСКУССТВЕННОЙ СОЦИАЛЬНОСТИ**

*ПЕТРОВА Ирина Эдуардовна — кандидат социологических наук, заведующий кафедрой отраслевой и прикладной социологии факультета социальных наук, Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия*

*E-MAIL: irinapetrovay@yandex.ru*

*ORCID: 0000-0001-6969-132X*

**Аннотация.** Социальная робототехника в России и в мире развивается, представляя все большее число разнообразных технических платформ. Специфика эффективного взаимодействия человека и робототехнической системы включает в себя как социализацию и «вочеловечивание» робота, так и некоторую «роботизацию пользователя». Построение отношений доверия, общения не как с рабом или слугой, а с партнером становится целью разработки новых поколений социальных роботов. Такой этап развития социального взаимодействия людей и техники обращает внимание на этические вопросы существования роботов, оформления их в качестве субъектов права, а также регистрации новых отношений человека и робота («усыновление», брак, сотрудничество). В течение пяти лет исследовательская группа ННГУ проводит серию учебных экспериментов по отработке социального взаимодействия разных социальных роботов с детьми и взрослыми. Результаты наблюдений и экспериментов позволяют сделать выводы о специфике «подстройки» поведения человека для эффективного общения с роботом. Сложные робототехнические системы предъявляют особые требования не только к поведению робота, но и к квалификации человека — партнера: владение коммуникационными технологиями, развитость интеллекта, адаптационные способности.

**Ключевые слова:** социальная робототехника, взаимодействие, робот, искусственный интеллект

Российские исследователи в последнее десятилетие существенно увеличили количество публикаций в сфере социальной робототехники. Интерес к этому явлению приумножили ежегодные международные кон-

ференции «Сколково Роботикс». Н. Н. Зильберман и М. А. Стефанцов формулируют ключевые черты социального робота: «развитие «социального интеллекта», построение вербального диалога с пользователем с учетом дискурсивных особенностей, учет этических аспектов социального взаимодействия с людьми» [Зильберман, Стефанцов, 2016]. Г. С. Пономаренко предлагает использовать «категорию ментальности» в процессе разработки искусственного интеллекта, что приведет к увеличению социальной робототехники [Пономаренко, 2016]. С. А. Диане сопоставляет возможные последствия развития роботов, превосходящих человеческий интеллект, в том числе духовные — отказ от общения с людьми в пользу роботов [Диане, 2016]. Д. В. Галкин проводит реконструкцию процесса «социализации» роботов, предполагая «обыскуствление» человеческих функций (труд, память, зрение...) [Галкин, 2014]. Он использует концепцию робота как партнера в отношениях и считает необходимой дальнейшую работу по «оформлению правового статуса робота» [Галкин, 2014].

Как правило, чаще подвергается изучению и разработке взаимодействию социального робота и человека в плане социализации робота, обучение распознаванию и воспроизведению эмоций, обогащению словаря и прочее. Вместе с тем не меньший интерес представляет и вторая сторона процесса взаимодействия — «подстраивание» человека под робототехническую систему.

М. Ю. Митренина обобщает наиболее проблемные направления взаимодействия робототехники и человека. Автор намекает на изменение «интерфейса человека» и указывает на тесное переплетение новых технологий с жизнью людей, в частности, носимые гаджеты, а также «беспроводной имплантируемый компьютерно-мозговой интерфейс» [Митренина, 2014]. Коллектив авторов во главе с Е. В. Шатаевой описывает превращение реабилитационной помощи инвалидам в социальную услугу, ориентированную не на конкретного человека, а на «среднестатистический набор элементов, живой андроид» [Шатаева, 2016]. Ежегодные международные конференции «Human-robot interaction» с 2005 г. стали площадкой для обсуждения всех аспектов взаимодействия человека и различных робототехнических систем. В том числе представляет интерес изучение процесса формирования доверительных отношений между человеком и роботом [Sebo et al., 2018].

Творческий коллектив факультета социальных наук Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н. И. Лобачевского в течение пяти лет проводят исследования

взаимодействия роботов и человека — в лабораторных экспериментах, на занятиях со студентами, кружковых занятиях с детьми (в том числе с расстройствами аутистического спектра); наблюдая взаимодействие людей разного возраста и образования с роботами разной направленности — Nao, LEGO Mindstorm и Ono (Университет Гента (кампус г. Кортрейк, Бельгия)). Совместные мини-проекты ННГУ с университетом Бристоля (Великобритания) и университетом Иннополис позволили, начиная с 2013 г., опробовать разные модели взаимодействия человека с роботом Molly (Лаборатория робототехники университета Бристоля) и роботом AR 601 от Андроидной техники, Магнитогорск. Всего проведено более 20 встреч разного формата с участием 217 человек в социальных службах, робототехнических кружках Нижнего Новгорода, а также в ННГУ.

Люди чувствуют некоторое стеснение в общении с роботом, о котором они думают, что он превосходит их в интеллектуальном плане (Nao, AR 601) — робот воспринимается как некая угроза. Робот вызывает необходимость «правильно» расположиться перед ним, «правильно» смотреть прямо «в лицо», четко артикулировать, не жестикулировать при разговоре. Указанные системы оказываются сложными субъектами общения, необходима длительная подготовка для взаимодействия с ними, постоянный контроль собственного поведения.

Molly — сервисный робот, не обладающий антропоморфными характеристиками, поставленный на колесную платформу, оснащенный видео- и аудиоблоком, снабженный планшетом для более простого взаимодействия с пожилым человеком. Робот воспринимается как безопасный, более слабый — менее развитый, чем человек, услужливый, выполняющий все команды и не выказывающий агрессии. В целом участники считают, что для общения с этим роботом достаточно краткой несложной подготовки.

Робот Ono не вызывает сложностей в общении и также не требует дополнительной подготовки. Он управляем извне, используется в терапии детей с РАС с целью отработать распознавание и воспроизведение эмоций на себе и управлять эмоциями робота с помощью удаленных устройств. Ono воспринимается как друг, эмоционально теплый и вызывающий доверительные отношения.

В отношении всех роботов происходит некое «вочеловечивание» — люди здороваются с ними, как с партнерами; возвращаясь после перерыва, мужчины-разработчики обнимают андроидных роботов; дети тискают Ono, переживают, если робот «заболел». В то же время общение

с роботом налагает условия некой «роботизации» пользователя — в общении человек должен выглядеть и вести себя «удобным» для робота образом, и разработчики немилосердно эксплуатируют эту специфику взаимодействия.

### Список литературы

1. Галкин Д. В. Основания социальной робототехники в контексте социально-гуманитарных исследований // Вестник Омского университета. 2014. № 2. С. 167—177. URL: [huminf.tsu.ru/publications/gdv\\_2014\\_2](http://huminf.tsu.ru/publications/gdv_2014_2) (дата обращения: 02.04.2019).
2. Диане С. А. К. Интеллектуальные роботы и многоагентные робототехнические системы: перспективы социальной интеграции // Философские проблемы информационных технологий и киберпространства. 2016. № 2 (12). URL: [cyberspace.pglu.ru/upload/iblock/9a3/diane.pdf](http://cyberspace.pglu.ru/upload/iblock/9a3/diane.pdf) (дата обращения: 02.04.2019).
3. Зильберман Н. Н., Стефанцов М. А. Социальный робот: подходы к определению понятия // Современные исследования социальных проблем (электронный научный журнал). 2016. № 11 (67). URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=28127666> (дата обращения: 02.04.2019).
4. Митренина М. Ю. Возможности человека и робототехника: кто станет объектом творчества? Гуманитарная информатика. 2014. Вып. 8. С. 17—30. URL: [journals.tsu.ru/uploads/import/1160/files/2-mitrenine2014.pdf](http://journals.tsu.ru/uploads/import/1160/files/2-mitrenine2014.pdf). (дата обращения: 02.04.2019).
5. Пономаренко Г. С. Об этических проблемах современной робототехники // Политехнический молодежный журнал. 2016. № 5. URL: [ptsj.ru/articles/47/47.pdf](http://ptsj.ru/articles/47/47.pdf) (дата обращения: 02.04.2019).
6. Шатаева Е. В., Попечителей Е. П., Томашевич Л., Перепелкина С. Ю. Биоэтические проблемы биомехатроники // Известия вузов. Приборостроение. 2016. Т. 59, № 8. URL: [elibrary.ru/item.asp?id=26536076](http://elibrary.ru/item.asp?id=26536076) (дата обращения: 02.04.2019).
7. Sebo S. S., Nraeger M., Jung M., Scassellati B. The Ripple Effects of Vulnerability: The Effects of a Robot's Vulnerable Behavior on Trust in Human-Robot Teams // Proceedings of HRI'18, March 5—8, 2018, Chicago.

## Социальное конструирование в цифровой медиасреде

**В. Л. Примаков**

### МЕДИАТИЗАЦИЯ СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНОЙ РЕГУЛЯЦИИ

*ПРИМАКОВ Вячеслав Леонидович — доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры социологии, Московский государственный лингвистический университет, Москва, Россия*

*E-MAIL: vprim2007@yandex.ru*

*ORCID: 0000-0001-9503-792X*

**Аннотация.** Рассматривается феномен медиатизации как процесс влияния массмедиа на различные социальные институты общества. Анализируется регулятивное содержание медиатизации в контексте разработки социоинженерных практик, медиатехнологий целенаправленного воздействия на различные сферы социальной жизни, формирования «человека медиатизированного».

**Ключевые слова:** медиатизация, медиаформат, человек медиатизированный, медиатехнологии

«Медиатизация» как понятие относительно недавно стало широко употребляемым при описании влияния массмедиа на институты, социальные процессы и личность. Сегодня можно говорить о существенном росте исследований и публикаций медиатизации [Коломиец, 2014; Hjarvard, 2008; Krotz, 2007; Mazzoleni, Schulz, 1999]. Но в особенном дефиците осмысление феномена медиатизации в контексте социальной регуляции, а еще уже — в контексте создания медиатехнологий управления социальным поведением. Между тем, исследователи отмечают, что «... медиатизация по своему существу подразумевает, что влияние современных массмедиа на общество несет формирующий, образующий характер; медиа меняют его форму и социальные взаимные ожидания определенных действий» [Mediatization, 2009: 50].

Теория медиатизации объясняет взаимодействие социальных институтов общества и массмедиа как трансформацию институциональных практик под логику этих медиа, под определенный способ подачи информации,

освещения событий. Или, как говорят специалисты, под медиалогику, медиаформат. «Медиалогика — это трансформация события посредством медиатрансляции для достижения планируемого эффекта поступка, действия. Выстраивание социальной жизни с учетом требований медиа приводит к доминированию медиалогики в общественной жизни. Она оказывается сущностной характеристикой современных институтов, становясь похожей на определенные «правила жизни» [Коломиец, 2014: 84].

Выделяют следующие базовые компоненты медиаформата:

- а) фокус внимания, угол зрения (фрейм — кадр, рамка, содержательная целостность освещения события, факта, идеи, мысли и пр.);
- б) организация подачи материала (временные растры, состав и размещение участников, привязанность к целевой группе, последовательность и пр.);
- в) стиль представления материала (манеры поведения, обращения, диалога ведущих, участников, эмоциональная манера и пр.);
- г) дискурс (система понятий, лексические и грамматические особенности, языковые коммуникативные акты, реализуемые в языке паттерны и пр.).

Характеризуя степень влияния массмедиа на социальную жизнь, можно констатировать, во-первых, что социальные институты, регулирующие социальную жизнь, становятся все более медиатизированными. С одной стороны, социальные институты подстраиваются под специфику медиа, медиаформат. С другой — современные медиа активно встраиваются в функции важнейших социальных институтов. Например, в социализирующие и формирующие функции семьи. С развитием интернета появилась еще одна «улица» неконтролируемой социализации. У родителей практически нет механизмов контроля этой виртуальной «улицы». Функция эмоционального удовлетворения, которую реализовывала семья через повседневное общение, также постепенно смещается в медиaprостранство.

Во-вторых, медиатизация формирует определенные социально-коммуникационные сообщества, медиалокальности, отличающиеся ценностно-нормативной, идейно-культурной, ориентационной и иной культурой. Эта медиадифференциация является мощным механизмом социальной регуляции. В контексте вышесказанного можно говорить о таких регулятивных последствиях медиатизации, как медиафрагментация, медиаобособление. Так, о цифровой дифференциации пишется немало, а ведь по сути эта дифференциация формирует иной медиамир. Красноречивое подтверждение этому — различие в новостном медиапотреблении среди различных возрастных групп (рис. 1).

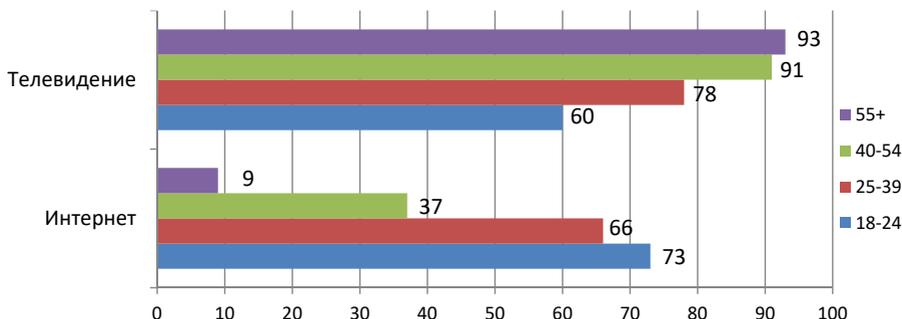


Рисунок 1. Откуда Вы в основном узнаете о том, что происходит в стране (фрагменты по телевидению и интернету), %<sup>1</sup>

Так, молодежь в основном получает информацию из интернета (73 %) и частично из телевидения (60 %). В то время как люди пожилого и зрелого возраста в подавляющем большинстве получают ее из телевидения (93 % и 91 % соответственно). Лишь для каждого десятого пожилого человека (9 %) интернет выступает источником информации [Российский медиаладшафт, 2017].

В-третьих, медиатизация как социальный феномен формирует новый доминантный тип личности — «человек медиатизированный» ('*homo mediated*'). «Человек медиатизированный»:

- это человек с двойственной социальной природой — онлайн и офлайн социальностью, порою очень противоречивой как в нормативно-ценностном, так и в ориентационно-поведенческом содержании; основной ресурс и мерило его (и других) социальности — это количество подписчиков, лайков, репостов, просмотров страниц и пр.;
- это «рейтинговый человек» в том смысле, что рейтинговая позиция себя и других, самих медиапродуктов, медианосителей и пр. становится определяющей как в медиапотреблении, так и в широкой социальной практике;
- ориентируется на привычный формат медиапотребления с удобным интерфейсом, а в содержании — на общественную (рейтинговую) оценку, мнения, а не на содержание, факты, собственное мнение и оценку;

<sup>1</sup> Источник: [Российский медиаладшафт, 2017].

- подвержен влиянию «известных» людей, популярных блогеров, отзывов на коммуникационных площадках (форумы, чаты, группы и пр.), активно обсуждающих проблемы, товары, услуги и пр.;
- имеет сформированные и актуализированные потребности постоянно фиксировать и подтверждать свое медиаприсутствие в соответствующем социальном пространстве («сэлфимания»)
- медиатизированность распространена на все сферы жизни: работу, межличностные отношения, отдых (люди «зависают» в сетях, чатах, форумах, блогах и пр.) и др.

В-четвертых, массмедиа, а особенно социальные медиа, становятся инструментом приобретения и использования особого вида социального капитала, так называемого медиакapитала. Социальные медиа позволяют сделать это за счет увеличения межличностных связей и вступления в профессиональные сообщества.

Самое существенное, что обуславливает процесс лавинообразного расширения медийной «самоактуализации», — это возможность капитализировать свой социальный медиаресурс. Например, блогеры, активно распространяющие авторский контент, сегодня, что называется, на слуху. Их социальный капитал не только формализован, отрейтингован, но и монетизирован. Созданы платформы для размещения рекламы в зависимости от количества подписчиков, их сегментации и целевой аудитории. Многие из подобных сайтов предлагают рейтинги, целевые списки блогеров по коэффициенту социальной активности (количеству подписчиков), другим параметрам для размещения на их страницах рекламных и иных материалов.

В-пятых, медиатизация создает, тиражирует и активно вовлекает «человека медиатизированного» в социальные медиапрактики, обладающие огромным регулятивным, управленческим, а нередко и манипулятивным потенциалом. Можно лишь фрагментарно представить некоторые тренды современных медиапрактик, активно используемые в различных формирующих медиатехнологиях:

1) «Медиатизация событий»: если о событии нет информации в массмедиа, события не было. Создается как бы «иллюзия реальности»: мы воспринимаем и реагируем не на то, что произошло в реальности, а по поводу информации об этом и того, как она вписывается в сложившуюся у нас картину мира.

2) «Agenda-setting»: массмедиа, в особенности мейнстримные СМИ, задают повестку дня, новостной медиарейтинг, выделяя определенные события,

темы, факты (или фактоиды), акцентируя на них внимание. Реализуемые медиапрактики подстраиваются под эту повестку дня. Появилось целое направление в социологии медиа — теория «agenda-setting».

3) «Контентное навязывание»: современный медиатизированный мир устроен таким образом, что активно вмешивается в наш условно самостоятельный выбор информации, связей, контента. Наш выбор не столь самостоятелен, мы выбираем из того, что нам предлагают.

4) «Трансмедийный познавательный-развлекательный сторителлинг»: событийный и, особенно, маркетинговый контент все более «упаковывается» в легкий, непринужденный формат познавательного шоу, игровую историю, где основная идея проводится вскользь, между прочим. Сегодня даже политические митинги и съезды организовываются в формате концерта, шоу.

5) «Контентная сериальность»: наиболее востребованы длящиеся медиапроекты. Многосериальна значительная часть телевизионного художественного контента, СМИ используют одни и те же форматы передач, особенно новостных, известные блогеры разрабатывают собственные приложения под существующие медиапроекты и др.

В-шестых, благодаря массмедиа создаются и получают все более широкое распространение специализированные медиатехнологии манипуляции общественным сознанием, мнением. Такие технологии, являясь одним из способов социального управления, рассматриваются многими исследователями в качестве отдельной группы манипулятивной социальной инженерии. В основе таких медиатехнологий медиатизация общественного пространства и способов его регуляции.

Типичная медиатехнология подобной манипуляции строится на следующих принципиальных основаниях:

1) построение и поддержание виртуальной массмедиа-картинки, ориентированной на потребности, ожидания, картину мира целевой аудитории; по сути — создание и продвижение определенного формата восприятия (угла зрения, стиля и т. п.);

2) создание символического, даже нереального, фейкового события, вписывающегося в построенный медиаформат для того, чтобы «человек медиатизированный» поверил в реальность виртуального события, картинки; чаще всего для этого используется банальная провокация;

3) раскручивание, тиражирование и синхронизация информационных потоков и коммуникационных волн обсуждения, подтверждения, эмоциональной оценки, инфошочков, отвлекающих фактоидов и пр.

Методы медиавоздействия на различных этапах технологии общеизвестны: распространение лжи, создание лжесобытий, мистификация; фрагментарное освещение событий, фактов, сокрытие фактов; подмена фактов эмоциональными оценками; создание и распространение слухов, событий в стиле «хайли лайкли»; постоянное тиражирование однотипных медиакартинок; создание и раскручивание страхов, возможных негативных последствий; искаженное трактование исторических событий, их передергивание, лживое освещение; очернение оппонентов, обвинение в манипуляции и пропаганде и др.

В заключение хочется еще раз отметить, что социальный мир сильно изменился. Он стал в большой степени медиатизированным. Этот «вирус» проник во все сферы нашей жизни, все институты, организации, в нас самих. Он перекроил социальное пространство и далее будет его переструктурировать. А кроме того, медиатизация привнесла в социальную практику широчайшие возможности влиять на поведение людей. Думается, что мы на пороге технологического прорыва в социальной инженерии, медиатехнологиях, в социальных регуляциях, в социальном управлении.

### Список литературы

1. Коломиец В. П. Медиасоциология: теория и практика / Аналитический центр Vi. М. : ООО «НИПКЦ Восход-А», 2014.
2. Российский медиаладшафт: основные тенденции использования СМИ-2017. URL: <https://www.levada.ru/2017/08/22/16440/> (дата обращения: 04.03.2019).
3. Hjarvard S. (2008) The mediatization of society. A theory of the media as agents of social and cultural change// Nordicom Review. 2008. Vol. 29. P. 101—130.
4. Krotz F. (2007) Mediatisierung: Fallstudien zum Wandel von Kommunikation. 2007.
5. Mazzoleni G., Schulz W. (1999) «Mediatization» of politics: A challenge for democracy? Political communication. 1999. Vol. 16. No. 3. P. 247—261.
6. Mediatization: concept, changes, consequences/edited by Knut Lundby. New-York: Peter Lang. 2009.

**Е. В. Бродовская, А. Ю. Домбровская, А. А. Азаров, Д. Н. Карзубов**

**СТРУКТУРА СЕТЕВЫХ СВЯЗЕЙ ОНЛАЙН-СООБЩЕСТВ  
МОБИЛИЗАЦИИ ПРОТЕСТНЫХ УСТАНОВОК  
(НА ПРИМЕРЕ ОНЛАЙН-СООБЩЕСТВ СЕТИ «ВКОНТАКТЕ»),  
ОБСУЖДАЮЩИХ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КРЫМА В СОСТАВЕ РФ)**

*БРОДОВСКАЯ Елена Викторовна — доктор политических наук, доцент, профессор Департамента политологии и массовых коммуникаций, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия; главный научный сотрудник Института перспективных исследований, Московский педагогического государственного университета, Москва, Россия  
E-MAIL: brodovskaya@inbox.ru  
ORCID: 0000-0001-5549-8107*

*ДОМБРОВСКАЯ Анна Юрьевна — доктор социологических наук, доцент кафедры социально-политических исследований и технологий, Московский педагогический государственный университет, Москва, Россия  
E-MAIL: an-doc@yandex.ru  
ORCID: 0000-0002-2015-2349*

*АЗАРОВ Артур Александрович — кандидат технических наук, начальник отдела информатизации и связи Администрации Центрального района Санкт-Петербурга, Санкт-Петербург, Россия  
E-MAIL: artur-azarov@yandex.ru  
ORCID: 0000-0003-3240-597X*

*КАРЗУБОВ Дмитрий Николаевич — оператор 5 научной роты, рядовой, Московское высшее Общевоинское командное училище, Москва, Россия  
E-MAIL: karzubovdn@gmail.com*

**Аннотация.** Статья отражает итоги анализа социальных графов — сетевых структур сообществ, сфокусированных на проблемах Крыма и ориентированных на мобилизацию протестных настроений крымских и, в целом, российских пользователей социальной сети «ВКонтакте». Анализируются технологии формирования дезинтеграционных установок сетевых центров, нацеленных на подрыв доверия россиян к действующей власти. Перечисляются выявленные в результате исследования триггеры развития информационных потоков о Крыме с антироссийской ритори-

кой. В их числе кризисные события на Юго-Востоке Украины; официальные заявления представителей западных государств о «российской агрессии», усилении санкционного режима против РФ; освещение в новых медиа актов поддержки западными государствами украинской позиции разрыва экономических, культурных, социальных связей с российским обществом и противостояния российскому государству; «ущемление» прав этнических групп в Крыму. Методом автоматизированного анализа с применением авторской программы — приложения к блогхостингу «ВКонтакте» — проанализирована плотность контактов в двух типах онлайн-сообществ: с горизонтальными связями без явных центров мнений и с ярко выраженными вертикальными связями с четко очерченным кругом сетевых лидеров. Обосновывается значимость информационного противостояния целенаправленным социально-медийным потокам, ориентированным на деконсолидацию российского общества.

**Ключевые слова:** интернет-коммуникация, сетевая мобилизация, протестная онлайн-активность, социальные медиа, сетевые лидеры, сетевые центры мнений, анализ социальных графов, когнитивное картирование

**Благодарность.** Статья подготовлена в рамках поддержанного РФФИ проекта «Украинские информационные потоки в крымском сегменте социальных медиа: риски и технологии преодоления негативных эффектов антироссийской риторики в онлайн-среде (№ 18-011-00937 на 2018—2020 годы).

Значимость исследования структуры сетевых сообществ, ориентированных на деконсолидацию крымского и в целом российского общества, обусловлена возрастающими по своей интенсивности процессами увеличения масштабов интернет-коммуникации российских пользователей, усилением влияния сетевых коммуникаций на политические процессы, мобилизацию неконвенциональных протестных установок граждан. Важной прикладной задачей становится изучение приемов конструирования протестных, антиправительственных установок сетевыми центрами и разработка методов противодействия их деконсолидирующему воздействию.

Крым и Севастополь как исследовательские кейсы отображены в связи с тем, что эти регионы, воссоединившиеся с Российской Федерацией, испытывают существенное информационное давление, прежде всего

со стороны активных оппозиционных медийных лидеров. Ценным представляется эмпирическое изучение структуры взаимосвязей внутри сетевых сообществ, формирующих антироссийские установки у этнических и социальных групп Крыма и Севастополя, испытывающих относительную депривацию, а также выявление технологий влияния лидеров мнений этих групп, нацеленных на социальную дестабилизацию и дезинтеграцию крымского сообщества.

*Основные исследовательские вопросы:*

Каковы основные темы, связанные с развитием Крыма, которые эксплуатируют сетевые центры мнений для мобилизации протеста?

Какова внутренняя структура взаимосвязей сетевых сообществ, обсуждающих проблемы развития российского Крыма, и как данная структура предопределяет применяемые технологии ценностного воздействия?

Для создания инструментария исследования во внимание принимались концепция политических сетей [Blatter, 2003], акцентирующая внимание на мобилизующих функциях политических институтов; акторно-сетевая теория [Latour, 2005], отражающая идею относительно формирования и усиления акторов, прежде всего во взаимодействии в сети; концепция киберсилы [Nye, 2010], рассматривающая информацию как инструмент доминирования; концепция управления персональными взаимодействиями онлайн [Fridman, 1999], понимающая цифровизацию в качестве ключевого компонента глобальных процессов.

*Эмпирическая модель исследования* включала: когнитивное картирование текстов украинских интернет-медиа в крымском сегменте — анализ текстов украинских интернет-ресурсов, ориентированных на крымскую аудиторию, за период с 1 января 2014 г. по 4 февраля 2019 г. (1200 сообщений), 60 блогов и сетевых групп; построение и анализ социальных графов онлайн-сообществ — 10 онлайн-сообществ, релевантных теме исследования; анализ плотности социальных связей — 10 онлайн-сообществ (автоматизированно изучено более 1 млн взаимосвязей). Данный метод применялся для определения интегрированности участников и выявления плотности социальных связей между онлайн-сообществами, координируемыми украинскими акторами. Использованное программное обеспечение — авторская программа «Социальный граф» — приложение к сети «ВКонтакте» [Brodovskaya, 2017], [Бродовская, 2018].

### *Результаты исследования.*

Отобранные для исследования онлайн-группы, отвечающие критериям влияния, релевантности теме анализа и не имеющие «искусственную» пользовательскую аудиторию (фейковые аккаунты), были разделены на два типа сообществ с особым видом связей:

- группы с горизонтальными связями и полным отсутствием явных лидеров или очень небольшим числом активно публикующих сообщения участников (рис. 1—7);
- сообщества с большим числом лидеров мнений, вокруг которых образуются микросообщества с интенсивной коммуникацией (см. рис. 8—10).

Среди групп с преимущественно горизонтальными связями четыре сообщества имеют чаще всего украинскую повестку и три группы — крымскотатарскую (см. рис. 1—7).

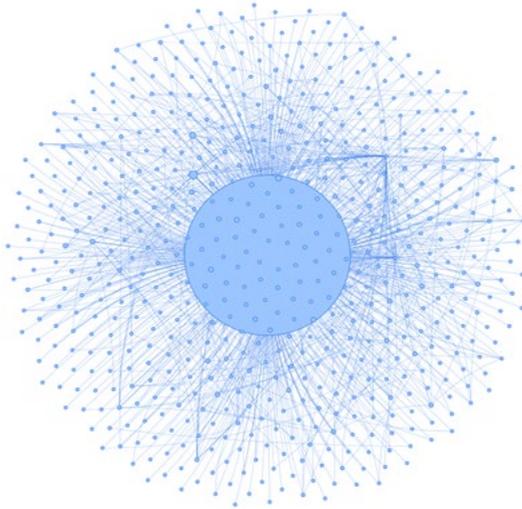
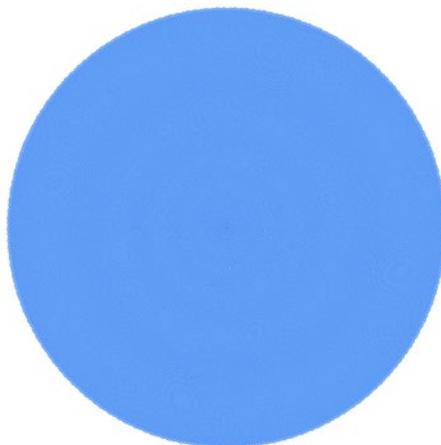
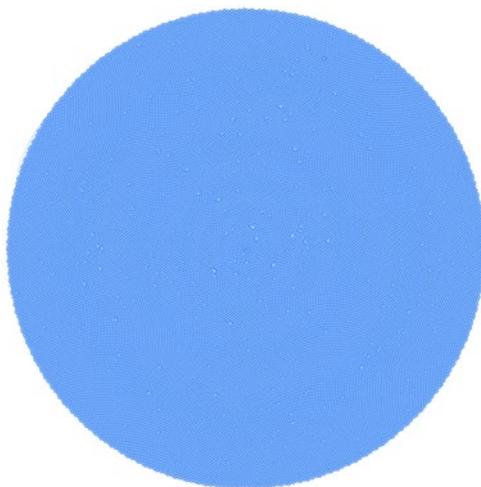


Рисунок 1. Структура связей группы «Крымские татары — коренной народ Крыма»



*Рисунок 2. Структура связей группы «Информационная война»*



*Рисунок 3. Структура связей группы «Ложь и абсурдность СМИ на фоне массового запоя»*

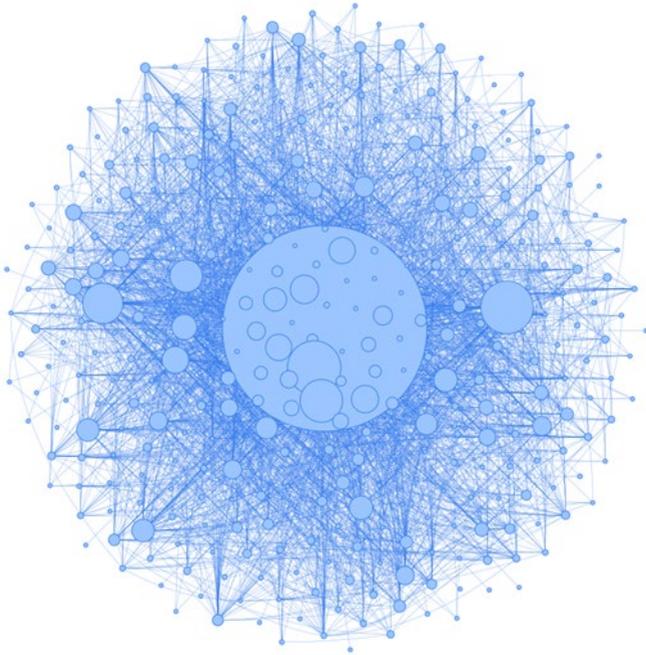


Рисунок 4. Структура связей группы «Хотят ли русские войны»

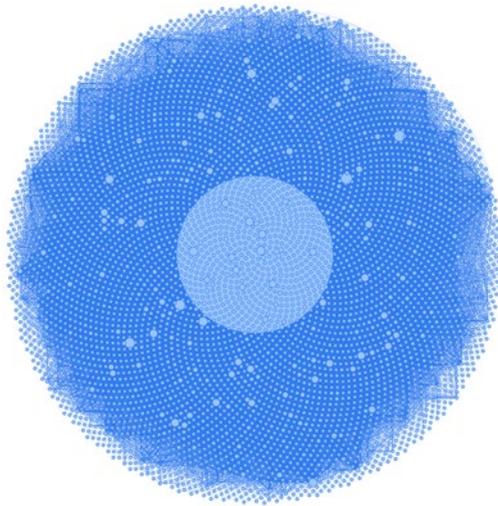


Рисунок 6. Структура связей группы «За поребриком или про кацапов»

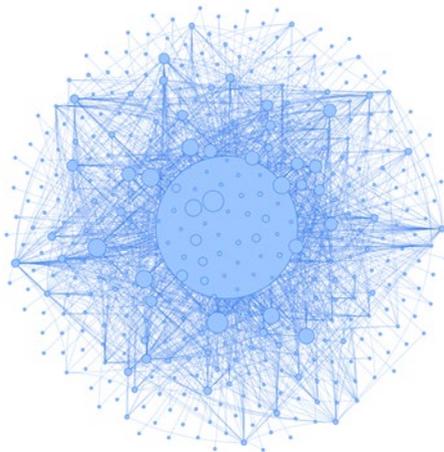


Рисунок 7. Структура связей группы «Крымские татары в Исламе»

Характерным свойством данных сетевых групп является низкая плотность связей внутри сообществ (в среднем — не более восьми). Однако высокая связность онлайн-сообществ сочетается с довольно большим числом пользователей — в среднем 15 306, при этом самые влиятельные группы могут содержать более 55 000 участников. Чаще всего рассматриваемые группы с горизонтальными связями имеют антироссийскую риторику, но со снижением интенсивности целенаправленной работы по формированию мнений сетевыми лидерами сократили свое сетевое влияние. Вместе с тем в настоящее время в этих сообществах используется протестная лексика, в которой отражены такие темы, как критика принимаемых российской властью решений (сообщения антиправительственного характера), «агрессивный» характер действий российского государства, «ущемление прав» этнических групп в Крыму, обвинение россиян в лояльности по отношению к правительству — «агрессору».

Вторая группа сетевых сообществ — группы с вертикальными связями (см. рисунки 8—10), они отличаются довольно большой плотностью связей — в среднем этот показатель имеет значение 13. Характерная особенность данного типа групп — относительно небольшое (в сравнении с количеством участников «горизонтальных» групп) число участников (в среднем — 1668 человек). В таких сообществах, как правило, есть единый центр формирования общественного мнения, также наблюдается достаточное количество пользователей, ведущих активную деятельность

в группе и выполняющих роль микросетевых центров мнений. В целом наблюдается обратно пропорциональная зависимость: с уменьшением числа участников увеличивается плотность связей в сообществе и активность микролидеров. Исходя из достаточно высокого показателя связности «вертикальных» групп, можно говорить о существовании активного общения участников и вне группы — в личных и/или коллективных чатах. В числе групп с вертикальными связями оказалось больше сообществ, сфокусированных на проблемах крымских татар, их критики в отношении российской политики, в том числе в сфере решения национальных вопросов. Эти группы чаще всего отражают явление социального дистанцирования крымских татар по этническому принципу от всего общества россиян, их отстраивание по принципу национальной исключительности и особого положения в крымском сообществе. Этим может объясняться специфика структуры их сетевых групп, подчиненная строгой иерархии и предполагающая распределение ролей лидеров разного уровня, целенаправленно формирующих антироссийскую риторику в среде участников данных сообществ.

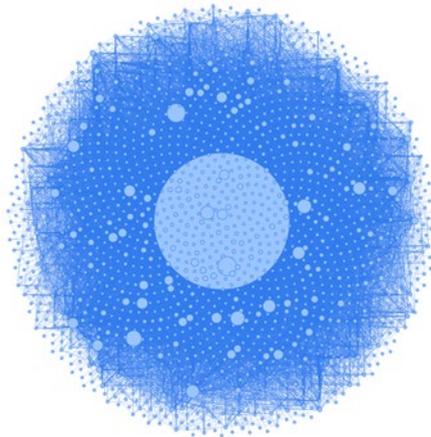


Рисунок 8. Структура связей группы «Молись за Киевскую Русь — Украину»

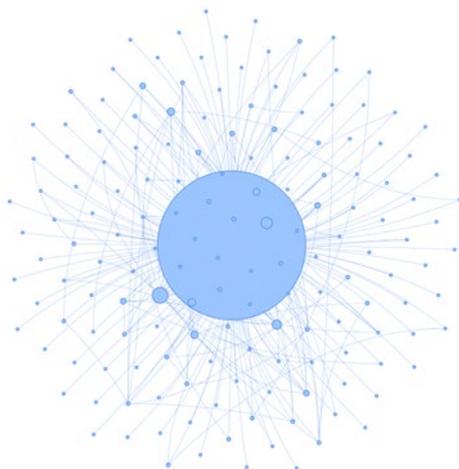


Рисунок 9. Структура связей группы «Крымские татары — гордость Крыма»

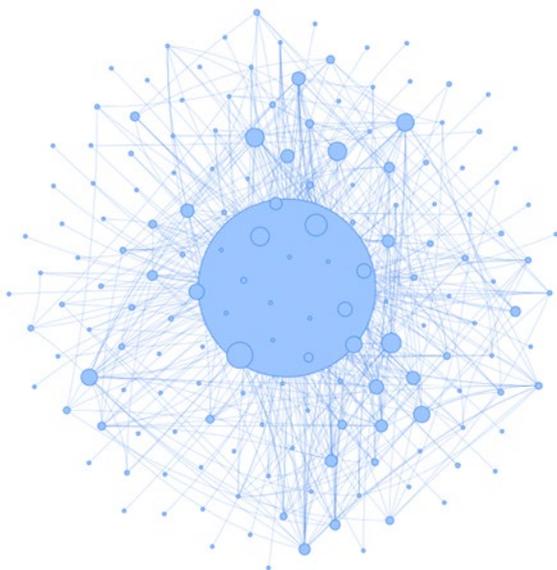


Рисунок 10. Структура связей группы «Крымские Татары. Сила и мы всегда будем вместе!!!»

Исследование показало, что драйверами формирования повестки протестных, антироссийских сетевых групп, сконцентрированных на проблемах развития российского Крыма, чаще всего служат кризисные события на Юго-Востоке Украины; официальные заявления представителей западных государств о «российской агрессии», усиление санкционного режима против РФ; принятые международными организациями документы о «признании ущемления прав национальных групп в Крыму».

Наиболее влиятельные оппозиционные сетевые силы, нацеленные на деконсолидацию российского общества, используют приемы формирования сетевых групп вертикальной направленности. В них лидеры мнений целенаправленно и авторитарно формируют антиправительственные установки, усиливают мобилизационный потенциал участников сообщества, повышая их связность декларацией общности интересов общностей, «чьи интересы уязвлены действующей властью».

Задачи консолидации общества и преодоления вызовов коммуникационного пространства глобальной сети, связанных с риском социальной дестабилизации, требуют применения поэтапной технологии противодействия в цифровой среде.

### **Список литературы**

1. Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Карзубов Д. Н. и др. Развитие методологии и методики интеллектуального поиска цифровых маркеров политических процессов в социальных медиа // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2017. № 5. С. 79—104.
2. Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Карзубов Д. Н., Чередник А. В. Состояние и динамика русскоязычных потоков о межнациональных и межрелигиозных отношениях в Крыму и Севастополе: киберметрия и дискурс-анализ сообщений социальных медиа рунета // Гуманитарные науки. Вестник Финансового университета. 2018. № 4. С. 23—35.
3. Бродовская Е. В., Домбровская А. Ю., Карзубов Д. Н. Коммуникационная структура украинских социально-медийных потоков о развитии крым в составе РФ: социально-медийная аналитика и дискурсивный анализ // Вестник Московского государственного областного университета. 2018. № 4. URL: <https://evestnik-mgou.ru/ru/Articles/View/923> (дата обращения: 10.11.2018).

4. Blatter J. Beyond Hierarchies and Networks: Institutional Logics and Transboundary Spaces // Governance: An International Journal of Policy Administration Institutions. 2003. Vol. 16. № 4.
5. Brodovskaya E. V., Dombrovskaya A., Karzubov D. Online mobilization of mass protests in Ukraine, Moldova, Armenia, and Kazakhstan (2013—2016): the results of comprehensive comparative empirical study [Электронный ресурс] // Proceedings of the International Conference on Electronic Governance and Open Society: Challenges in Eurasia (St. Petersburg, Russia; Association for Computing Machinery, USA; September 04—06, 2017). URL: <http://dl.acm.org/citation.cfm?id=3129764&dl=ACM&coll=DL&CFID=813102647&CFTOKEN=10709015> (дата обращения: 10.11.2018).
6. Friedman T. The Lexus and the Olive Tree. N.Y.: Farrar Straus and Giroux, 1999. 394 p.
7. Latour B. Reassembling the Social: An Introduction to Actor-Network-Theory. 1st ed. N. Y.: Oxford University Press, 2005. 301 p.
8. Nye J. Cyber Power. Belfer Center for Science and International Affairs, 2010.

**Н. А. Рябченко, О. П. Малышева**

## **ТРАНСФОРМАЦИЯ СОЦИАЛЬНО-ПОЛИТИЧЕСКОЙ КОММУНИКАЦИИ: СТРУКТУРНО-РЕЛЯЦИОННЫЙ АНАЛИЗ ФЕНОМЕНА FAKE NEWS**

*РЯБЧЕНКО Наталья Анатольевна — кандидат политических наук, доцент кафедры социальной работы, психологии и педагогики высшего образования, Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия*

*E-MAIL: rrrnatali@mail.ru*

*ORCID: 0000-0001-6980-2894*

*МАЛЫШЕВА Ольга Петровна — кандидат филологических наук, доцент кафедры английской филологии, Кубанский государственный университет, Краснодар, Россия*

*E-MAIL: malisheva\_83@mail.ru*

*ORCID: 0000-0001-8285-0508*

**Аннотация.** Изменения в социально-политическом и информационно-коммуникационном пространстве в эпоху постправды приводят к социально-когнитивным трансформациям в сознании социально-политических акторов — меняются форма и содержание, а также механизмы и каналы распространения информации. Актуальным становится изучение механизмов порождения информационных каскадов и процесса распространения «fake news»: оценка и прогнозирование их влияния на развитие социально-политических практик. Данное исследование посвящено рассмотрению трансформаций культуры, моделей, каналов, способов социально-политической коммуникации в эпоху постправды, а также когнитивно-концептуальных особенностей мировосприятия в эпоху диджитализации; анализу дискурсивных полей с точки зрения прагматического потенциала генерируемых — в рамках определенного поля — лингвистических паттернов социального действия, способных вызывать социальное действие в офлайне. Особенностью исследования является интегральный подход — совмещение лингводискурсивного и социокогнитивного подходов: использование методов лингводискурсивного анализа, реляционной социологии, компьютерной лингвистики, теории коммуникации (сетевой анализ, фолксономический анализ, реляционный анализ, методы глубокого анализа текста). Проанализированы причины, модели и последствия развития деструктивных социально-по-

литических практик в офлайн-пространстве, ставших следствием функционирования дискурсивных полей, целенаправленно сформированных в онлайн-пространстве. Выявлено, как социальные медиа посредством новых гибридных языковых единиц (хэштегов) способны вызывать информационные каскады и оказывать влияние на развитие деструктивных социально-политических практик как в онлайн, так и офлайн-пространстве. В современном социально-политическом контексте множество людей, используя онлайн-пространство как основной источник коммуникативного взаимодействия, отказываются от критического отношения к источникам информации, находясь в так называемом пузыре фильтров, что приводит к развитию деструктивных практик гражданского участия и манипулированию массовым сознанием за счет дискурсивного управления. Поскольку причины, способы и механизмы, равно как и социально-когнитивные особенности участников процесса генерирования и распространения информации, кардинально отличаются от тех, которые существовали до революции в сфере информационно-коммуникационных технологий, появления интернета и социальных сетей, разработка новых механизмов управления дискурсом в онлайн-пространстве принципиальна.

**Ключевые слова:** онлайн-пространство, лингвистический паттерн, fake news, дискурсивное поле, post-truth politics, информационные каскады

**Благодарность.** Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (Отделение гуманитарных и общественных наук) в рамках научного проекта № 18-011-00910 «Модели и практики управления политическим контентом в онлайн-пространстве современных государств в эпоху постправды» (2018—2020 гг., рук. Н. А. Рябченко).

Социально-политический контекст «эпохи постправды» — когда правда либо не имеет значения, либо является искаженным представлением реальности, дезинформацией или откровенной ложью, — диктует новые правила взаимодействия в обществе. Под воздействием инновационных информационно-коммуникационных технологий и социальных последствий их применения трансформировались процессы коммуникации, что привело к распространению нового типа политической культуры — post-truth politics (политики постправды) — когда обозначение любого социально значимого контента в качестве фейкового стало распространенным видом полити-

ческой стратегии и заменило дебаты, в которых акторы политического процесса оперируют общепринятым набором фактов [Tambuscio et al., 2015]. Самое значимое изменение — новый набор категориальных понятий, которыми описывается действительность: на смену таким категориям мировосприятия, как «факт» — «миф», приходит понятийно-категориальный аппарат, функционирующий в рамках диады «факт» — «альтернативный факт», что является информационной спекуляцией и приводит к развитию деструктивных социально-политических практик в современном обществе [Rapoza, 2017], представляющем собой глобальную сеть коммуникаций как в онлайн-, так и офлайн-пространствах, более не представляющих оппозицию 'виртуального' и 'реального'.

Интернет, будучи глобальной площадкой социальных взаимодействий или функционирования сетевых дискурсов, является основным источником информации (разнообразной по достоверности, содержанию и прагматическому потенциалу) как для рядовых пользователей, так и для социальных и традиционных медиа: «репутация» пользователя, «доверие» к медиа, «достоверность» информации — новый фокус исследований в эпоху постправды, а понятие «факт» существует лишь в сочетании «проверенный факт».

С развитием онлайн-пространства грань между новостями, создаваемыми институциональными источниками и неинституциональными источниками, практически стерта — мы воспринимаем любое утверждение, сделанное посредством социальных медиа, как *новость*. Так, одной из ключевых областей современных исследований становится понятие “fake news” / «фейк ньюс» или «фейковых новостей», которое понимается нами как *любая информация, являющаяся ложной, искаженной, пристрастной, вирально распространяющаяся (ввиду сетевой организации онлайн-пространства) в форме новости, слуха, городской легенды, мнения, цитаты посредством традиционных СМИ и современных медиа (социальные сети — YouTube, Twitter, Instagram, WhatsApp, Viber, Telegram etc.), последствия распространения которой приводят к социальному действию, чаще деструктивного характера (индивидуальному — «самостоятельное расследование» (self-investigation) и массовому — акции протеста, деятельность социальных движений), что является следствием влияния и включенности в определенное **дискурсивное поле** (как, например, «Pizzagate» или трагические события в Индии).*

Дискурсивное поле — это некий конструкт, представляющий собой пересечение лингвосемиотического, психологического, когнитивного

и социально-политического полей, где социальное взаимодействие находит отражение в определенном типе социально-политической практики. Дискурсивные поля возникают как реакция социального сообщества на действительность или реальность [Ильин, 2008]: информация начинает обсуждаться, цитироваться, тиражироваться, трансформироваться благодаря обогащению личностными оценками, мнениями. Когда количество участников дискурсивного взаимодействия в онлайн-пространстве достигает «критического числа», формируется «силовое поле» дискурса, предполагающее оказание определенного влияния на участников дискурсивного взаимодействия — моделирование их реакций, мнений и, в конце концов, принятие решений. В момент формирования «силового поля» дискурса возникает дискурсивное поле.

В эпоху «остправды» оценки явлений действительности основываются на личностных представлениях участников дискурсивного поля и усиливаются информационными каскадами [Fiore, Morone, Sandri, 2008] — групповым поведением участников сетевого взаимодействия или сетевого общества (глобального или локального), особенно если в процесс включены так называемые эксперты, воспринимающиеся другими участниками в качестве доверительных источников информации. Информационные каскады могут формироваться спонтанно или намеренно, являться тактикой оказания целенаправленного воздействия на аудиторию и усиливаться технологиями ранжирования поисковых запросов — тенденцией возвращать результаты, соответствующие предыдущим запросам и интересам пользователя, и такого рода распространение сложно остановить.

Трансформировавшееся восприятие правды и достоверности, онлайн-технологии, в том числе крупномасштабные информационные каскады, провоцируют появление и распространение «fake news». Исследование информационных каскадов и процесса распространения «fake news», оценка и прогнозирование их влияния на развитие социально-политических практик может осуществляться лишь с применением гибридных методологий.

В нашем исследовании в рамках лингводискурсивного и социокогнитивного подходов, применив методы лингводискурсивного анализа, реляционной социологии, компьютерной лингвистики, теории коммуникации — сетевой анализ, фолксономический анализ, реляционный анализ, методы глубокого анализа текста, — мы проанализировали три случая распространения «fake news», которые оказали влияние на раз-

витие социально-политических систем — «#alijuppé», «PizzaGate» и «False RumourOnChildkidnappers».

**«#alijuppé» — превращение домыслов в факты:** в ходе предвыборной кампании 2016—2017 во Франции кандидат от правой партии «Республиканцы» Ален Жюппе отказался баллотироваться на пост президента ввиду непрекращающегося негативного для его избирательной кампании фонового шума в информационно-новостном поле. Причиной стало распространение в рамках созданного журналистами дискурсивного поля информации о связи Алена Жюппе с организациями, близкими к радикальным исламистам. Результатом распространения информации в популярных социальных медиа по принципу вирусно-фейкового контента стало закрепление за политиком прозвища «Али Жюппе», что практически разрушило политическую карьеру кандидата в президенты и вынудило его снять свою кандидатуру [Tremblay, 2016].

Журналисты «желтой прессы», используя новые лингвосемиотические единицы (хэштеги) [Zappavigna, 2018; Scott, 2018] и применив к ним прием каламбура и аллюзии, сформировали дискурсивное поле «Алан Жюппе — пособник исламских экстремистов». Впервые в истории избирательных кампаний и интернета использование лингвосемиотической единицы полностью разрушило имидж политика, поскольку преобразованная единица в совокупности с порочащими кандидата текстами создала дискурсивное поле, в котором сформировался паттерн социального действия, повлиявший на формирование негативного имиджа политика за счет подорванного доверия избирателей.

**«PizzaGate» — побочный эффект:** в 2016 г., во время предвыборной кампании на пост президента США, в онлайн-пространстве было создано дискурсивное поле «Пиццагейт» с целью дискредитации кандидата в президенты Х. Клинтон. Однако побочным эффектом функционирования дискурсивного поля стала мотивация граждан бороться за права детей, подвергаемых насилию. 4 декабря 2016 г. Эдгар Мэддисон Уэлч произвел в пиццерии Comet Ping Pong выстрелы из крупнокалиберного оружия, думая, что освобождает детей, которых держат в подвале [Stableford, 2016]. Причиной такого решения стало случайное вовлечение Э. Уэлча в дискурсивное поле «пиццагейт» в онлайн-пространстве и неправильные выводы, из-за которых он прибегнул к частному расследованию (self-investigation) и вооруженному самосуду: самостоятельный процесс поиска и верификации информации и фактов привел к неконтролируемым и непрогнозируемым каскадам социальных действий.

**«FalseRumourOnChildkidnappers»: фальсификация контента.**

Рекламное агентство «Spectrum Y&R» в 2016 г. создало социальный ролик, в котором инсценировалось похищение ребенка, с целью предотвращения похищений и торговли детьми в Пакистане. Весной 2018 г., отредактированная, то есть фейковая версия данного социального ролика без поучительного посыла родителям — «Следи за своим ребенком!» — благодаря интернет-технологиям мгновенно распространилась по всей Индии. Сформировалось масштабное дискурсивное поле «Пакистанские иммигранты в Индии похищают детей». Доказательством и обоснованием этого, предположительно, факта, как и причиной формирования самого дискурсивного поля, был отредактированный, фейковый ролик, который, распространяясь посредством популярного в Индии и Пакистане мессенджера WhatsApp, а затем и региональных СМИ, мгновенно стал виральным. Результатом стала паника среди населения и акции социального неповиновения, приведшие к гибели людей [Johnson, Nayar, Yadav, 2018].

Анализ этих случаев дает возможность типологизации fake news, а также теоретического описания формирования fake news в процессе социально-политической коммуникации, определяя fake news в первую очередь как деструктивную социальную технологию, направленную на манипуляцию массовым сознанием в процессе социально-политической коммуникации. А также дает возможность предсказания появления fake news на основе анализа информационных каскадов и трансформации слов-триггеров семантического ядра из состояния «ультранизкочастотный запрос с длинным хвостом» в состояние «высокочастотный запрос» за достаточно короткое время.

**Список литературы**

1. Ильин В. И. Потребление как дискурс : учебное пособие. СПб. : Интерсоцис, 2008.
2. Fiore A., Morone A., Sandri D. (2008) On the absorbality of herd behavior and information cascades: an experimental analysis, University of Bari, Technische Universitat dresden discussion paper in economics, no. 15/07. [https://www.academia.edu/6880667/on\\_the\\_absorbability\\_of\\_herd\\_behaviour\\_and\\_informational\\_cascades\\_an\\_experimental\\_analysis](https://www.academia.edu/6880667/on_the_absorbability_of_herd_behaviour_and_informational_cascades_an_experimental_analysis) (accessed: 20.01.2019).
3. Johnson D., Nayar V. and Yadav Sh. (2018) The India WhatsApp video driving people to murder. *BBC News*, June 26. URL: <https://www.bbc.com/news/av/world-asia-india-44532224/the-india-whatsapp-video-driving-people-to-murder> (accessed: 17.01.2019).

4. Rapoza K. (2017) Can ‘fake news’ impact the stock market? *Forbes*. 26 February, <http://www.forbes.com/sites/kenrapoza/2017/02/26/can-fake-news-impact-the-stock-market/> (accessed: 17.01.2019).
5. Scott K. (2018) Hashtags work everywhere: the pragmatic functions of spoken hashtags. *Discourse, Context & Media* 22 (April), 57—64.
6. Stableford D. (2016) Comet pizza owner rips fake news after gunman tells police he was there to ‘self-investigate’ election conspiracy. URL: <https://www.yahoo.com/news/comet-pizza-owner-rips-fake-news-after-gunman-tells-police-he-was-there-to-self-investigate-election-conspiracy-150753146.html> (accessed: 17.01.2019).
7. Tambuscio M., Guffo G., Flammini A., Menczer F. (2015). Fact-checking effect on viral hoaxes: A model of misinformation spread in social networks. In *Proceedings of the 24th International Conference on World Wide Web Companion*. Florence, Italy, 977—982. <https://iris.unito.it/retrieve/handle/2318/1557768/128173/nostro.pdf> (accessed: 17.01.2019).
8. Tremblay P. (2016) “Ali Juppé”: comment la fachosphère s’est infiltrée dans la primaire de la droite. *Le Huffington Post*, November 27. URL: [http://www.francetvinfo.fr/politique/les-republicains/primaire-de-la-droite/ali-juppe-comment-la-fachosphere-s-est-infiltre-dans-la-primaire-de-la-droite\\_1934839.html](http://www.francetvinfo.fr/politique/les-republicains/primaire-de-la-droite/ali-juppe-comment-la-fachosphere-s-est-infiltre-dans-la-primaire-de-la-droite_1934839.html) (accessed: 19.01.2019).
9. Zappavigna M. (2018) *Searchable Talk: Hashtags and Social Media Metadiscourse*. Bloomsbury Publishing.

**С. Г. Ушкин**

## **FAKE NEWS И ПРОБЛЕМА ДОВЕРИЯ: СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ИЗМЕРЕНИЕ**

*УШКИН Сергей Геннадьевич — кандидат социологических наук, ведущий научный сотрудник отдела мониторинга территориального управления Государственного казенного учреждения Республики Мордовия «Научный центр социально-экономического мониторинга», Саранск, Россия*

*E-MAIL: ushkinsergey@gmail.com*

*ORCID: 0000-0003-4317-6615*

**Аннотация.** В работе рассматриваются подходы к изучению фейковых новостей, доминирующих в общественном, политическом и научном дискурсе. Подчеркивается, что они несут угрозу национальной безопасности государств и отдельных регионов, и в связи с этим парламентарии в разных странах предлагают различные законопроекты по их регулированию (начиная от тотального контроля информационных потоков и заканчивая разработкой механизмов формирования критического мышления у граждан). Очевидно, что слухи и спекуляции существовали всегда, но в условиях повсеместной цифровизации приобрели по-настоящему угрожающие масштабы. Большое влияние фейковые новости оказывают на культуру доверия и недоверия, причем они часто солидаризируют тех, кто разделяет позицию распространяющих их людей. Предлагается схематичное выделение релевантных подходов к их изучению, построенных на основе следующих концепций: постмодернизма, социального конструктивизма, медийного конструктивизма, реактивной коммуникационной теории, теории многоступенчатой коммуникации. Предполагается, что дальнейшая концептуализация понятия фейковых новостей способствует пониманию потенциальных рисков и угроз, связанных с публичным распространением заведомо недостоверной информации и, в конечном счете, будет способствовать гармонизации социальных отношений.

**Ключевые слова:** доверие, фейковые новости, социальные сети, социальные медиа

**Благодарность.** Работа выполнена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-011-00082.

В марте 2019 г. Государственная дума РФ в третьем чтении приняла законопроект о распространении фейковых новостей и информации, оскорбляющей власть. Под фейковыми новостями законодатели понимают недостоверную общественно значимую информацию, распространяемую под видом достоверных сообщений и создающую угрозу безопасности.

Подобные инициативы предпринимаются по всему миру, и Россия здесь не исключение. В 2017 г. в Германии был принят законопроект против разжигания ненависти в социальных сетях, в том числе посредством фейковых новостей; в 2018 г. законопроект о распространении фейковых новостей были приняты в Египте и Франции; правительство Великобритании вплотную занялось противодействием дезинформации в интернете, впрочем, отказавшись от термина *fake news* ввиду его неточности; а в ряде стран, входящих в Организацию экономического сотрудничества и развития, в рамках Международной программы по оценке образовательных достижений (PISA) предлагается ввести специализированные задания для учащихся, определяющих способность к различению достоверного и недостоверного контента.

По большому счету фейковые новости принимают форму орудия массового поражения при ведении гибридных войн, целью которых является разрушение прежней ценностно-смысловой картины мира потребителей информации [Дукин, 2016: 53]. Современные социальные медиа практически лишены вертикальной иерархии, в них действуют горизонтальные связи между производителями, распространителями и потребителями контента, при этом информационные потоки неконтролируемы ни со стороны государства, ни со стороны широкой общественности. Беспрепятственное распространение заведомо ложной и деструктивной информации под видом правдивых новостей влечет не только к кризису межличностного и институционального доверия, но и к разжиганию социальных конфликтов и моральных паник, что ставит под угрозу национальную безопасность государств и отдельных регионов.

Например, недавнее исследование, выполненное под руководством ведущего специалиста по социальным сетям, социальным медиа и цифровой экономике из Массачусетского технологического института С. Восоуи, показывает, что фейки в среднем распространяются на 70 % быстрее настоящих новостей [Vosoughi et al., 2018]. Другая работа, проведенная под руководством швейцарского медиаэксперта из Цюрихского университета Л. Удриса, свидетельствует о том, что более 50 % людей не обращают внимания на источник полученной информации, и это ста-

вит под сомнение ее релевантность [Udris et al., 2016]. При этом ряд западных исследователей обращают внимание не столько на медиапотребление, сколько на тот факт, что люди зачастую верят тем новостям, которые соответствуют именно их убеждениям, и ставят под сомнение инструментальные возможности интернета как проводника плюралистического мировоззрения и толерантности [Allcott, Gentzkow, 2017; Bakshy, 2015; Mihailidis, 2015].

Как отмечают некоторые авторы, в настоящее время в российском обществе наблюдается борьба между установками доверия и недоверия, причем вторые не всегда сопряжены с негативными смыслами [Мукомель, Рыжова, 2017: 37]. Наглядным примером этого выступают фейковые новости, ставшие следствием тотальной цифровизации и демократизации. Между тем, частота использования интернета, как правило, положительно влияет на доверие в большинстве европейских стран, в то время как у нас данный эффект является отрицательным [Волченко, 2014: 138]. Результаты проведенных нами исследований свидетельствуют, что отношение к информации о политической жизни России в целом и регионов в частности, полученной из социальных сетей (где, собственно, чаще всего распространяются фейковые новости), неоднозначно, поскольку наши соотечественники весьма скептически настроены по отношению к ним [Ушкин, 2017: 127—128]. Более того, в случае спорной трактовки определенных событий россияне склонны воспринимать версию, преподнесенную в телеэфире, нежели интерпретации различных виртуально опосредованных социальных медиа [Ушкин, 2017: 55].

Проблема в том, что в научной литературе понятие фейковых новостей сегодня не является в достаточной степени концептуализированным, однако схематично можно выделить и описать несколько релевантных подходов к их изучению. Во-первых, постмодернистский (Ж. Бодрийяр и др.), ориентированный на изучение природы симулякров и симуляции, а также последствий их влияния на гиперреальность [Бодрийяр, 2013]. Во-вторых, социальный конструктивизм (П. Бергер, Т. Лукман и др.), исследующий то, каким образом создается и познается социальный мир и, в частности, конструируется общественное мнение [Бергер, Лукман, 1995]. В-третьих, базирующийся на конструктивизме медийный конструктивизм (Н. Коулдри, А. Хепп и др.), провозгласивший торжество не социального, а медийного, поскольку все социальное глубоко укоренено в технологической структуре цифровых коммуникаций [Couldry, Hepp, 2016]. В-четвертых, коммуникационная теория

У. Липпмана, утверждающая, что воздействие средств массовой информации и коммуникации направлено непосредственно на аудиторию, оно осязаемо и связано с формированием готовых представлений и суррогатной реальности, а поведение человека представляет собой реакцию на эту псевдосреду [Липпман, 2014]. В-пятых, теория многоступенчатой коммуникации (Е. Катц, П. Лазарсфельд и др.), согласно которой средства массовой информации и коммуникации не являются единственным источником информирования, значительное место отводится межличностному общению (в том числе и виртуально опосредованному) [Katz, Lazarsfeld, 1955].

Таким образом, значение фейков при формировании современной информационной повестки нельзя недооценивать. По нашему мнению, требуется комплексное изучение влияния фейковых новостей на конструирование общественного мнения в нашей стране посредством соответствующего социологического инструментария, построение моделей распространения фейковых новостей и выработка конкретных рекомендаций по противодействию им на основе передового мирового опыта и результатов собственных исследований.

### **Список литературы**

1. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М. : Медиум, 1995.
2. Бодрийяр Ж. Дух терроризма. Войны в заливе не было. М. : Рипол Классик, 2016.
3. Волченко О. В. Доверие как продукт вовлеченности в информационные потоки // Мониторинг общественного мнения. 2014. № 2. С. 128—140.
4. Дукин Р. А. Социальные медиа как инструмент современных войн и угроза информационной безопасности России // Национальная безопасность и стратегическое планирование. 2016. № 1. С. 53—56.
5. Липпман У. Общественное мнение. М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2004.
6. Мукомель В. И., Рыжова С. В. Доверие и недоверие в межнациональных отношениях // Социологические исследования. 2017. № 1. С. 37—46.
7. Ушкин С. Г. Кофейни, джентельменские клубы и социальные сети, или где сегодня формируется общественное мнение // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2017. № 6. С. 52—62.

8. Ушкин С. Г. Протесты и протестующие провинциального города: как к ним относится население? // *Власть*. 2017. № 11. С. 123—129.
9. Allcott H., Gentzkow M. Social media and fake news in the 2016 election // *Journal of Economic Perspectives*. 2017. Vol. 31. P. 211—236.
10. Bakshy E., Messing S., Adamic L. A. Exposure to ideologically diverse news and opinion on Facebook // *Science*. 2015. Vol. 348. P. 1130—1132.
11. Couldry N., Hepp A. *The mediated construction of reality*. Cambridge: Polity Press, 2016.
12. Katz, E., Lazarsfeld, P. *Personal influence: The part played by people in the flow of mass communication*. Glencoe, IL: The Free Press, 1955.
13. Mihailidis P., Viotty, S. Spreadable Spectacle in Digital Culture: Civic Expression, Fake News, and the Role of Media Literacies in «Post-Fact» Society // *American Behavioral Scientist*. 2017. Vol. 61. P. 441—454.
14. Udris L., Eisenegger M., Schneider J. News Coverage about Direct-Democratic Campaigns in a Period of Structural Crisis. *Journal of Information Policy*. 2016. Vol. 6. P. 68—104.
15. Vosoughi S., Roy D., Aral S. The spread of true and false news online. *Science*. 2018. Vol. 359. P. 1146—1151.

**А. В. Царева**

## **ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ МОДЕЛЬ ОНЛАЙНОВЫХ СООБЩЕСТВ В СФЕРЕ ЗДОРОВЬЯ**

*ЦАРЕВА Анна Владиславовна — кандидат экономических наук, доцент, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия*

*E-MAIL: art-comm05@yandex.ru*

**Аннотация.** В статье приведены основные характеристики исследовательской модели сообществ в сфере здоровья. Данная исследовательская модель представляет общее описание теоретических конструктов, позволяющих анализировать конкретные формы онлайн-социально-коммуникативных групп и сообществ в сфере здоровья. Являясь в первую очередь формализованным инструментом интерпретации изучаемого объекта, исследовательская модель, с одной стороны, направлена на выявление его основных сущностных черт, а с другой — должна быть достаточно гибкой, чтобы улавливать изменения объекта в контексте различных ситуаций. Модель предоставляет возможность исследования и интерпретации онлайн-сообществ в сфере здоровья в контексте трех ключевых аспектов их деятельности: технологического, информационного и социального. Особую роль в контексте данной модели играют два аспекта — особенность реализации технологического базиса и информационной видимости ресурса в сети, делающей его доступным для пользователей, а также дискурсивные (содержательные) особенности ресурса, позволяющие пользователям реализовывать индивидуальные цели и интересы и создающие социальные условия для их включенности в сообщество.

**Ключевые слова:** онлайн-сообщества в сфере здоровья, онлайн-сообщества, общественное здоровье

**Благодарность.** Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-013-00726А.

Вопрос о том, отличаются ли, и чем именно, социально-коммуникативные группы и сообщества, формируемые в онлайн-среде, от групп и сообществ в «реальном» пространстве вне интернета, активно разраба-

тывается в рамках социальных, социально-психологических и культурологических исследований, начиная с 1980-х годов. В работах различных авторов представлены концептуальные описания и приведены результаты исследований разных аспектов групповой и массовой онлайн-коммуникации:

- влияние опосредованного характера онлайн-коммуникации на взаимное восприятие участников и эффективность совместного решения информационных и коммуникационных задач (Спроулл Л., Кислер С., Войскунский А., Белинская Е., Жичкина А. и др.);
- возможность построения онлайн-сообществ как особого социального пространства, «третьего места» (Рейнгольд Г., Веллман Б., Гулайя М., Бэйн Н. и др.);
- обменные и информационные практики внутри сообществ и формирование социальной структуры пользователей на основании их вклада в информационный капитал сообщества (Смит М., Коллок П., Бондаренко С., Мейлахс П., Рыков Ю. и др.);
- рассмотрение онлайн-взаимодействия как развития совместными усилиями участников особого культурного и ценностного поля в контексте виртуальной этнографии и концепции «новых медиа» (Хайн К., Каванах Э., Дженкинс Г., Хиллз М. и др.) и многие другие.

Различные направления исследований онлайн-коммуникации в большей или меньшей степени отмечают значимость технологий, обеспечивающих существование групп и сообществ в сети. Специфика формирования сообществ в интернете обусловлена кардинальным отличием базиса, на котором осуществляется онлайн- и офлайн-коммуникация. В отличие от многообразия условий внешней среды, в которой люди общаются в реальной жизни, в сети базис социальной коммуникации задан определенно: это программное обеспечение, позволяющее реализовывать различные формы информационного и социального взаимодействия. Начиная с традиционной электронной почты с ее возможностью подписок и массовых рассылок, на базе которых формировались первые виды онлайн-сообществ в начале 1980-х годов, и до современных многофункциональных сервисов, обеспечивающих существование таких многомиллионных «сетевых миров», как «ВКонтакте», Facebook, Instagram, Twitter, YouTube и др., программные технологии задают жесткие ограничения — как именно будет осуществляться коммуникация, какие средства выражения смыслов предоставляет та или иная коммуникативная среда, какой объем и способы

поддержания коммуникативных транзакций и социальных отношений может быть реализован. Таким образом, исследование онлайн-групп и сообществ должно осуществляться в контексте взаимообусловленности технологии и социально-коммуникативных процессов.

Задача построения исследовательской модели онлайн-сообществ в сфере здоровья предполагает описание взаимосвязанных теоретических конструктов, позволяющих анализировать различные формы онлайн-социально-коммуникативных групп и сообществ в сфере здоровья. Являясь в первую очередь формализованным инструментом интерпретации изучаемого объекта, исследовательская модель направлена на выявление его основных сущностных черт. Вместе с тем она должна быть достаточно гибкой, чтобы улавливать изменения объекта в контексте различных ситуаций. Интерпретируя онлайн-сообщества в сфере здоровья в контексте трех ключевых аспектов их деятельности: технологического, информационного и социального, — исследовательская модель должна учитывать фактор постоянных изменений и усовершенствований интернет-технологий, создающих условия для появления новых форм социального сетевого взаимодействия.

В основании представляемой модели лежит логика, нацеленная на реализацию конкретных исследований сообществ здоровья в онлайн-среде во взаимообусловленности трех ключевых аспектов.

1. Технологический аспект функционирования онлайн-сообщества:
  - особенности программной реализации коммуникации онлайн-ресурса (функции почты, чата, форума, блога, вики-ресурса, сетевого медиа, веб-конференций, видеотрансляций и др.);
  - особенности формирования сетевого рейтинга как социально воспринимаемого присутствия и «видимости» онлайн-ресурса в сети (позиции в поисковых системах, особенности обеспечения видимости ресурса подписчиками и новыми пользователями);
  - «открытый» или «закрытый» характер ресурса, технологические барьеры для обеспечения приватности информации.
2. Информационный аспект функционирования онлайн-сообщества:
  - позиция онлайн-ресурса в общем информационном поле сети, отражающаяся в релевантности его содержания поисковым запросам и частотности поисковых запросов, приводящих пользователей на данный ресурс и выявляющих различные аспекты пользовательских интересов;

- тематическая структура ресурса и картирование проблем, представленных в обсуждениях, анализ активности пользователей в контексте данных проблем как информационный вклад в увеличение количества тех или иных обсуждаемых тем;
- иерархия тем, представленных в рамках ресурса, с позиции количества и длительности обсуждений.

### 3. Социальный аспект функционирования онлайн-общества:

- дискурсивные особенности содержания коммуникации в онлайн-обществах (ценностные и конфликтные аспекты обсуждений, контексты включенности онлайн-обсуждений в офлайн-жизнь);
- возможности использования различных функций онлайн-ресурса для формирования отношений внутри сообщества: взаимное обучение и формирование социальной сети отношений поддержки, информирование, руководство, социальное вовлечение, обмен личным опытом;
- социальная структура и властные отношения в рамках данного ресурса. Специфика осуществления функций социального контроля в сообществе;
- сетевые взаимосвязи данного ресурса с иными сетевыми ресурсами.

Онлайновые сообщества здоровья включают в себя темы и отношения, связанные с повышенной социальной и психологической уязвимостью пользователей. Следует отметить, что для ресурсов данного типа особенно важны два аспекта: особенности информационных технологий, детерминирующие доступ пользователей к ресурсу, его «видимость» поисковыми системами и заинтересованными пользователями и взаимосвязь с другими интернет-источниками (гиперссылки, отношения взаимного цитирования, «шеринг» и пр.), а также структура дискурсивных аспектов содержания ресурса, позволяющая пользователям классифицировать данный ресурс как коммерческий или некоммерческий, «приватный», «закрытый» или «публичный», «открытый», ориентированный на взаимопомощь и социальную поддержку или нейтральное информирование и т. д., и на этом основании выстраивать собственные стратегии участия в данном сообществе.

**А. В. Соболева, Е. Д. Муханова**

## **ИССЛЕДОВАНИЕ «СООБЩЕСТВ СМЕРТИ» КАК НОВОЙ ФОРМЫ ОПАСНОСТИ В ШКОЛЬНОЙ СРЕДЕ**

*СОБОЛЕВА Анна Владиславовна — кандидат социологических наук, старший преподаватель, Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия  
E-MAIL: ana1508@yandex.ru*

*МУХАНОВА Елена Дмитриевна — магистрант, НИУ «Высшая школа экономики», Москва, Россия  
E-MAIL: muhanova.el@yandex.ru*

**Аннотация.** Развитие современных информационных технологий, средств связи и с вовлечение детей и подростков в мир интернета и мобильных телефонов делают кибертравлю и функционирование различных подростковых групп одним из серьезнейших современных социальных рисков в этом возрасте. Тема, о которой идет речь, все еще недостаточно изучена. Проблема травли в социальных сетях достаточно нова, и не многие родители или учителя осведомлены о том, как стоит решать вопрос травли в сети. Авторы поставили цель изучить особенности кибербуллинга в школьной среде и взаимосвязь с указанным феноменом популярности «групп смерти» как особой формы решения подростками проблем кибербуллинга, а также механизмов втягивания в эти группы школьников. Статья посвящена описанию исследований указанных социальных явлений и их распространенности в школах Нижнего Новгорода в 2017 и 2018 гг.

**Ключевые слова:** девиации, девиантное поведение, кибербуллинг, кибертравля, социальные сети, группы смерти, молодежь, подростки, молодежная политика

Повсеместная распространенность интернета и пристрастие подростков к социальным сетям в сочетании с дефицитом у них пользовательской компетентности и понимания необходимости поддержания определенной этики общения в сети делают кибертравлю одним из серьезнейших современных социальных рисков в подростковом возрасте.

Для того чтобы рассмотреть проблему кибербуллинга и ее распространенности в школьной среде, в 2017 и 2018 гг. были проведены два

исследования. Первое — «Новые формы девиантного поведения в школе: кибербуллинг» (март 2017 г.). Были опрошены школьники 8—11 классов, студенты первых курсов ВУЗов и средних профессиональных учреждений Нижнего Новгорода. Всего в анкетировании приняли участие 300 человек, опрос проходил на базе Google Forms в социальной сети «ВКонтакте». Второе исследование — анкетирование «Новые формы проявления кибербуллинга в социальных сетях: на примере феномена «Сообществ смерти»» (март 2018 г.). Были опрошены ученики 5—11 классов школ Нижнего Новгорода. Всего в анкетировании приняли участие 362 человека, опрос проходил на базе Google Forms в социальной сети «ВКонтакте».

По данным 2017 г., 80 % учеников утверждают, что были обижены сверстниками в интернете, и лишь 30 % ощутили на себе недоброжелательное обращение в классе. В 2018 г. ситуация существенно изменилась: 71 % опрошенных испытывали недоброжелательное отношение к себе в классе, и лишь 18 % столкнулись с недоброжелательным отношением в интернете.

Процент тех, кто оказался жертвой травли в интернете, по результатам исследования в 2017 г. слишком высок, то есть различные виды недоброжелательного обращения перемещаются в социальные сети. Вероятнее всего, это объясняется тем, что оскорбления, слухи и другие возможные формы не предполагают в сети личного контакта и взаимодействия.

Как видно из результатов опроса, в 2017 г. 62 % подростков ищут помощи среди виртуальных друзей, то есть у тех людей, с которыми они лично не знакомы, но могут спросить совета, получить поддержку. В 2018 г. этот процент снижен, но не существенно, все равно большее предпочтение респонденты отдают виртуальным друзьям, людям, с которыми они познакомились в социальных сетях. Однако вырос процент тех, кто ищет помощи в социальных группах, что тоже может быть минусом, поскольку не всегда в таких сообществах можно найти дельный совет, ибо возраст советчиков соответствует возрасту жертвы, и полученный совет может усугубить ситуацию, а не служить поддержкой и выходом из сложной ситуации.

Дети, подвергшиеся травле, могут находить поддержку среди таких же детей в этих группах или же находить свое «спасение» в заданиях, которые существуют в этих группах. Встречаются случаи, когда в эти группы втягивали детей с трудностями «виртуальные друзья», которые становились далеко не помощниками в проблеме ребенка. Ребенок, который уже и так столкнулся с кибербуллингом со стороны сверстников, вступая в та-

кие группы, может подвергнуться комплексным формам кибербуллинга уже в «сообществах смерти», которые могут нанести серьезный ущерб его не только психическому состоянию, но и физическому.

По результатам 2017 г. 79 % учеников знают об этих группах. В 2018 г. процент существенно выше — уже 88 %. Источником информации послужили социальные сети.

В 2017 г. из всех участников опроса лишь 7 % состояли в данных группах. Процент невысокий, но существенный, так как эти дети могут быть подвержены опасности. В 2018 г. только 2 % участников опроса состояли в данных группах, такое снижение можно объяснить тем, что проводилась активная политика противодействия возникновению таких групп, на данный момент все группы такого рода заблокированы, находить новые сложно.

Для более разностороннего анализа мы провели контент-анализ новостных документов. Для исследования были взяты новости, опубликованные на интернет-сайтах семи изданий, которые писали в период 2016—2017 гг. о «сообществах смерти».

В выборку попало 85 новостей за 2016—2017 гг. с сайтов следующих изданий: «Аргументы и факты», «Лента», «Новая газета», «Комсомольская правда», «Честно», «Мел», «Правда». Из выборки были исключены новости, которые повторялись у других интернет-изданий. С помощью пакета Lекта был проведен лексико-семантический текстовый анализ новостей. Данная программа осуществляет контент-анализ большого массива информации, как в данном случае.

В результате анализа информационно-новостного пространства «групп смерти» выделились четыре сюжетные линии, вокруг которых сформировались тематики новостных документов.

Первая сюжетная линия связана с зарождением «групп смерти» как нового опасного общественного явления в интернет-пространстве. В рамках данной сюжетной линии выделился ряд новостных тематик, посвященных появлению «групп смерти».

К следующей тематике новостных документов относится развитие «групп смерти»: каким образом происходило вовлечение детей в группы, как воздействовали на детей администраторы групп и кураторы.

Как показывают новости, попасть в «группы смерти» было не сложно: стоило опубликовать лишь несколько хэштегов, характерных для данных групп, или же кураторы и администраторы групп находили своих жертв сами — с детьми начинали переписку, убеждали их в собственной уни-

кальности и одинокости, затем предлагали сыграть в игру из нескольких усложняющихся этапов.

Перейдем к третьей, не менее интересной сюжетной линии, где речь идет о том, какие дети преимущественно вступали в «группы смерти», кто были эти загадочные кураторы, и сколько жертв было после смертельного увлечения «играми».

Четвертая, заключительная сюжетная линия на тему «групп смерти» оказалась связана с ответственностью и социальными последствиями их деятельности. Все социальные сети, в том числе Instagram, стали блокировать «группы смерти», чистить пространство от хэштэгов, которые были «паролем» для вхождения в группы. Были внесены поправки в УК РФ, где добавлен пункт о доведении до самоубийства через интернет.

Таким образом, можно заключить, что «группы смерти» являются проблемой, которая не сконструирована обществом и СМИ. Такие сообщества возникли как реакция на общественные недоработки в системе образования и нарушения функционирования института семьи: детям удавалось находить понимание среди таких же, как они, в таких группах и у незнакомых людей. Безобидные группы развлекательного характера оказались опасной ловушкой, из которой некоторым не удалось выбраться благополучно. С помощью такого явления, как «группы смерти», многим общественным институтам был дан повод задуматься о недоработке в своей системе и исправить пробелы в своей работе.

**О. А. Алексеева, О. Ю. Бестужева, Е. Е. Скворцова**

## **ИНТЕРНЕТ-РИСКИ ЛЮДЕЙ СТАРШЕГО ВОЗРАСТА (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ ИНТЕРНЕТА 55+, МОСКВА, 2018)**

*АЛЕКСЕЕВА Ольга Александровна — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН, Москва, Россия  
E-MAIL: alekseeva\_oa@list.ru*

*БЕСТУЖЕВА Оксана Ювиналиевна — кандидат экономических наук, старший научный сотрудник, Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН, Москва, Россия  
E-MAIL: bestoujeva@gmail.com*

*СКВОРЦОВА Елена Евгеньевна — научный сотрудник, Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН, Москва, Россия  
E-MAIL: skvortsova\_e@mail.ru*

**Аннотация.** В тезисах представлены результаты социологического исследования людей старшего возраста «Новые возможности и новые риски потребителей электронных услуг», проведенного на курсах компьютерной грамотности в Москве в 2018 г. Обучение респондентов на курсах компьютерной грамотности было особенностью целевой аудитории, характеризующей ее как активную аудиторию, стремящуюся «встроиться» в цифровой мир. Метод опроса — электронное анкетирование. Одной из целей исследования, наряду с изучением особенностей потребления электронных услуг старшим поколением, было выявление рисков, которым эти пользователи более всего подвержены, а также определение их осведомленности в отношении интернет-безопасности.

Результаты опроса показали, что респонденты в большей степени подвержены контентным и электронным рискам, в меньшей — потребительским. Определена зависимость между уровнем интернет-грамотности, пользовательским стажем и шансами подвергнуться тем или иным рискам. Исследуемая целевая аудитория продемонстрировала недостаточную информированность о мерах безопасности в интернете, что увеличивает ее информационные риски и сигнализирует о том, что категория пожилых граждан уязвима для воздействия различного рода манипулятивных

технологий. Проведенное исследование дало представление об эмоциональном настрое респондентов, связанном с повседневной деятельностью в интернете, и выявило те недостаточно изученные практические знания в области интернет-безопасности, на которые старшему поколению следует обратить особое внимание как на необходимое условие повышения качества жизни.

**Ключевые слова:** интернет, цифровизация, постчеловек, старшее поколение, электронные услуги и риски, интернет-безопасность, социальные технологии

В эпоху цифровизации смартфон в руках человека становится инструментом анализа различных сфер жизнедеятельности, начиная от взаимодействия с окружающим миром и заканчивая исследованием и взаимосвязью с биологическим «я». По мнению урбанистов и архитекторов, «повседневная жизнь и способы восприятия мира приобретают постчеловеческое измерение. Горожане-киборги<sup>1</sup> получают абсолютно новые способы жизни в физическом городе в любое время...» [Ратти, Клодел, 2017: 109]. Дискуссия в социологии вокруг постчеловеческого будущего имеет широкий диапазон мнений — от пессимистических по поводу губительного влияния технологий на человека до оптимистических в связи с расширением его биотехнических возможностей [Фукуяма, 2004; Митчелл, 2012]. «У нового поколения выработались физические и умственные способности, требующие появления другого типа пространства — такого, которое можно было бы расшифровать с помощью системных ключей и развертывающихся сценариев» [Pison, 2004].

Старшему поколению приходится адаптироваться к цифровой реальности практически самостоятельно. В России (как и в мире) пожилых людей становится все больше, пенсионный возраст увеличивается, новые цифровые профессии появляются, старые исчезают, рабочие места перемещаются в интернет, повседневная жизнь все больше виртуализируется. Освоение новых цифровых возможностей уменьшает неравенство между поколениями во всех сферах жизнедеятельности; не пользуясь ими, человек рискует многим — от потери работы до общего понижения качества жизни. Но в этом процессе «встраивания» в цифровой мир возникают риски и противоположного характера — информационные риски. Связанная

<sup>1</sup> В трактовке авторов «горожане-киборги» — люди со смартфонами.

с ними проблема обеспечения информационной безопасности пользователей интернета становится серьезной проблемой современности.

Опрос «Новые возможности и новые риски потребителей электронных услуг»<sup>1</sup> проведен ИСЭПН РАН в Москве в 2018 г. среди пользователей интернета возраста 55+, обучающихся на компьютерных курсах. Наряду с изучением особенностей использования интернета и уровня удовлетворенности электронными услугами целью опроса было выявление рисков, которым люди старшего возраста более всего подвержены, а также определение их осведомленности в отношении интернет-безопасности.

По результатам опроса определен социально-демографический портрет целевой аудитории — женщины от 55 до 75 лет, неработающие, с высшим образованием, использующие смартфон или ноутбук для выхода в интернет, оценивающие свой уровень интернет-грамотности как средний, что является одним из мотивов посещения курсов компьютерной грамотности. Респонденты давно и активно пользуются интернетом: более половины из них имеют стаж пользования более пяти лет, 60% опрошенных посещают интернет ежедневно.

Участники опроса, независимо от возраста и от того, проживают они в семье или одни, в основном используют интернет для поиска интересующей их информации. На втором месте по популярности выхода в онлайн — общение с близкими и знакомыми, на третьем месте — просмотр новостей (рис. 1).

Пользователи встречались в интернете с различными рискованными ситуациями, вызывающими их опасения и отрицательные эмоции. Чаще всего респонденты сталкивались с контентными рисками в виде получения ложной или нежелательной информации, а также с воздействием на компьютер вирусов; реже респонденты подвергались навязыванию знакомства и недобросовестному использованию персональных данных (рис. 2). Доля тех, кто встречался с потребительскими рисками, такими как мошенничество при покупке через интернет, незначительна. Интернет-зависимыми себя посчитали всего 7% опрошенных. Опрос подтвердил: чем выше уровень интернет-грамотности и пользовательский стаж, тем ниже шанс подвергнуться тем или иным рискам.

<sup>1</sup> Опрос проводился на учебных курсах «Просто о сложном: компьютерная грамотность для серебряного возраста», а также в рамках фестиваля «Московское долголетие» (26—28 апреля 2018 г.) и в «Центре новых возможностей 50+» в Москве. Объем выборочной совокупности составил 486 человек. Метод опроса — электронное анкетирование.



Рисунок 1. Распределение ответов на вопрос:  
«Какими видами электронных услуг Вы пользуетесь?»<sup>1</sup>  
(г. Москва, 2018 г., учащиеся на курсах компьютерной грамотности, 55+,  
N = 486, % от числа опрошенных)



Рисунок 2. Распределение утвердительных ответов на вопрос:  
«Приходилось ли Вам сталкиваться с подобными рисками в интернете?»<sup>2</sup>  
(г. Москва, 2018 г., учащиеся на курсах компьютерной грамотности, 55+,  
N = 486, % от числа опрошенных)

<sup>1</sup> Сумма ответов превышает 100%, так как респонденты имели возможность отметить несколько вариантов ответа. Источник: ИСЭПН РАН.

<sup>2</sup> Сумма ответов превышает 100%, так как респонденты имели возможность отметить несколько вариантов ответа. Источник: ИСЭПН РАН.

Чувство тревоги или раздражения, возникающее у респондентов при работе с интернетом, чаще всего связано с навязчивой рекламой, получением назойливых рассылок, необходимостью ввода личных данных и недостатком собственных компетенций (рис. 3). По данным опроса, чем старше возрастная группа, тем больше респондентов, недовольных негативными явлениями.



Рисунок 3. Распределение утвердительных ответов («часто») на вопрос: «Когда Вы находитесь в интернете, вызывают ли у Вас чувства раздражения и тревоги следующие явления?»<sup>1</sup>  
(г. Москва, 2018 г., учащиеся на курсах компьютерной грамотности, 55+, N = 486, % от числа опрошенных)

Обеспечение своей безопасности при работе в интернете предполагает соблюдение определенных правил, например таких: использовать антивирусные программы, давать краткую личную информацию в социальных сетях, придумывать сложные пароли и их менять, избегать пересылки через интернет документов и важной информации, проводить очистку истории просмотров и загрузок, воздерживаться от сообщений на форумах и в социальных сетях, использовать браузер в режиме «инкогнито» для поиска информации. Использование респондентами этих мер безопасности в зависимости от стажа работы в интернете представлена в таблице 1. Эти данные говорят о прямой зависимости между

<sup>1</sup> Сумма ответов превышает 100 %, так как респонденты имели возможность отметить несколько вариантов ответа. Источник: ИСЭПН РАН.

использованием той или иной предупреждающей меры и стажем работы в интернете.

**Таблица 1. Распределение ответов на вопрос «Какие действия Вы предпринимаете, чтобы обезопасить себя в интернете?» в зависимости от стажа работы в интернете (г. Москва, 2018 г., учащиеся на курсах компьютерной грамотности, 55+, N = 486, % от числа опрошенных в группе)**

	До 1 года	От 1 года до 5 лет	Более 5 лет
Использую антивирусные программы	50	69	88
Публикую краткую личную информацию в социальных сетях	28	39	45
Придумываю сложные пароли, часто их меняю	24	36	48
Избегаю пересылать через интернет документы и важную информацию	39	65	73
Избегаю пользоваться банковскими услугами через интернет	39	57	62
Провожу очистку истории просмотров и загрузок	33	51	63
Воздерживаюсь от сообщений на форумах и в социальных сетях	41	57	69
Использую браузер в режиме «инкогнито» для поиска информации	25	30	28

Источник: ИСЭПН РАН

В целом можно сделать вывод, что даже такая активная и восприимчивая часть представителей старшего поколения недостаточно информирована о мерах безопасности в интернете, что увеличивает информационные риски этой категории граждан и делает ее уязвимой для воздействия различного рода манипулятивных технологий. Проблему помогут решить более глубокое изучение практического курса интернет-безопасности (в том числе на учебных курсах) и выработка психологической устойчивости к раздражающим факторам.

**Список литературы**

1. Митчелл У. Я++ . Человек, город, сети. М. : Strelka Press, 2012.
2. Ратти К., Клодел М. Город завтрашнего дня: сенсоры, сети, хакеры и будущее городской жизни. М. : Изд-во Института Гайдара, 2017.
3. Фукуяма Ф. Наше постчеловеческое будущее: последствия биотехнологической революции. М. : АСТ, 2004.
4. Picon A. Architecture and Virtual: Towards a New Materiality. *Praxis: New Technologies, New Architectures*. 2004. 6.

## Методическая рефлексия — исследуем осмысленно

**А. А. Возьмитель**

### АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ НАУЧНОГО ИЗУЧЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

*ВОЗЬМИТЕЛЬ Андрей Андреевич — доктор социологических наук, главный научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, Москва, Россия*

*E-MAIL: [vozmitel-a@yandex.ru](mailto:vozmitel-a@yandex.ru)*

**Аннотация.** Главная инструментальная задача научного изучения общественного мнения — доведение до властных структур достоверной информации о положении дел в стране и об отношении людей к этому положению. Это дает властям возможность увидеть реальность без «розовых очков», порождающих утопии, неадекватные решения, рост социальной напряженности и острые социальные конфликты. В современном российском обществе необходимо повышение роли контрольной функции общественного мнения, участие масс в управлении — с формированием готовности людей высказывать и отстаивать свое мнение. В статье рассматривается социально-политическая ситуация в российском обществе и необходимость смены общественной парадигмы, а также вклад исследований общественного мнения в разработку эффективной альтернативной модели социально-экономического и социально-политического развития.

**Ключевые слова:** изучение общественного мнения, формирование общественного мнения, общественное мнение, опросы

Сегодня общественное мнение образует особое «поле» схожих и противоречивых оценок, взглядов и убеждений, охватывающих общество в целом, а по некоторым вопросам и весь мир. Особенность этих состояний массового сознания состоит в том, что в них отражается положение дел в обществе и государстве в форме здравого смысла, которого нам так не хватает. Как точно сформулировал А. Ослон, «мы разговариваем с людьми, чтобы понять то, что ОНИ считают реальностью, и рассказываем об этом тем, кто обязан иметь представления об ИХ реальности. Чтобы

политики, управленцы, эксперты, журналисты планировали законы, реформы, проекты, коммуникации, оставаясь в пределах адекватности, не увлекались бы иллюзиями и утопиями и обращались к населению так, чтобы быть понятыми и принятыми» [Ослон, 2008: 8].

Однако чтобы узнать об ИХ реальности, необходимо соблюдать ряд научных процедур, обусловленных предметом нашего исследования. Так, следует четко помнить, что общественное мнение не сумма индивидуальных мнений, а всегда *результат дискуссионного процесса по вопросам, требующим практического решения*. Именно поэтому, какое бы состояние общественного мнения мы не фиксировали (монистическое или плюралистическое, положительное или отрицательное и т. д.), это дает возможность достаточно обоснованной корректировки прошлой и программирования будущей деятельности, что, собственно, и составляет основное содержание научного управления. Его качество значительно повышается в случае мониторингового функционирования механизмов обратной связи. Такие механизмы в современной России созданы, но не всегда приносят пользу, выходя за рамки предмета исследования, подчиняясь политической ангажированности и неготовности власть предержащих воспринимать реальность таковой, какова она есть. Отсюда «исследования» счастья, не имеющие никакого отношения к изучению общественного мнения, но запутывающие «и без того сложную и противоречивую картину реального благосостояния россиян, позволяя манипулировать их сознанием, уводить в сторону от оценки и путей решения актуальных и злободневных проблем» [Тощенко, 2018: 60].

Влияние общественного мнения на нашу жизнь напрямую зависит от *мощности его голоса* (степени выраженности определенных мнений) и выполнения общественным мнением трех взаимоувязанных основных функций:

1. Оценочной — выражение отношения к тем или иным актуальным проблемам и явлениям действительности.
2. Регулятивной, состоящей в выработке общественно необходимых требований к социальному поведению человека.
3. Контрольной — выработка определенной позиции по отношению к жизненно важным процессам общественного бытия, действиям государства в лице его официальных представителей. В демократическом обществе эта важнейшая функция общественного мнения придает ему характер силы, стоящей над институтами власти. Причем наибольшую силу экспрессивно-контрольная функция набирает тогда, когда она

обеспечивается многообразными формами демократического контроля и участия масс в управлении и самоуправлении общественными делами.

Именно присущность названных функций общественному мнению определяет интерес к его изучению как в теоретическом, так и в практическом плане. Вне этих функций общественное мнение не существует, а глас народа превращается в писк. Отсюда важность формирования здорового, интеллектуально и эмоционально весомого общественного мнения, с которым нельзя не считаться. Необходима соответствующая государственная политика стимулирования высказываний общественности и реальный учет общественного мнения в деятельности государственных структур. Увы, правящий класс современной России игнорирует даже Конституцию Российской Федерации, отказывая народу выражать свою власть через референдумы, которые якобы слишком затратны. По сравнению с чем? Тотальной коррупцией властных структур? Гиперрастратной и неэффективной экономикой? Продолжающимся разрыванием страны?

Все это — уже отдаленные следствия геополитической катастрофы, из анализа которой народы России сделали соответствующий вывод, осознав уникальность своей истории и культуры; свои национальные интересы, основанные на этой культуре; преемственность исторического развития, обретающего сегодня свой аутентичный созидательно-цивилизационный смысл. Санкции Запада, введенные всерьез и надолго, угроза ядерной войны и прессинг России по всем направлениям способствуют тому, что Россия начинает «обретать себя в себе самой». Именно поэтому вполне вероятен переход на близкий и понятный народу западный путь развития.

Нынешняя модель социально-экономического и политического развития России непривлекательна для подавляющего большинства ее граждан. Кинорежиссер Сергей Урсуляк, снявший сериал «Ненастье» о противостоянии «афганцев» и «новых русских» в «лихие девяностые», так обрисовал эту ситуацию: у нас «для большей части населения любое время плохое, а для меньшей части населения любое время замечательное» [Шигарева, 2018]. Вектор общественных настроений сегодня против правящих элит, устранение которых воспринимается как необходимое условие любых перемен [О чем мечтают россияне..., 2013: 100]. На смену многолетней ориентации россиян на стабильность пришел запрос на перемены [Двадцать пять лет социальных трансформаций..., 2018: 329]. Как полагает И. Г. Яковенко, «Масштаб кризиса, который переживает

Россия, еще не осознан. Его прячет в подсознание слабая человеческая психика, маскирует идеология, затушевывает благоприятная конъюнктура цен на энергоносители. Реально же Россия как цивилизационный драйвер сходит с мировой исторической арены [цит. по: Борисов, 2012: 124]. Отсюда главный вопрос: «что нужно сделать для того, чтобы борьба за свободу и справедливость не превратилась в конечном счете в русский бунт «бессмысленный и беспощадный»» [Комаровский, 2017: 14]. Как бы предваряя этот вопрос, президент В. В. Путин задал свой, конкретизировавший названую ситуацию в сугубо конкретном научном контексте: «как мы сможем улучшить нашу жизнь, сделать более справедливым наше общественное устройство. Какой вектор социального и экономического развития предпочтем» [Путин, 2012].

Развернувшаяся дискуссия по этой теме в средствах массовой информации, (да и сама жизнь) подсказывает, что вектор этот во многом должен быть альтернативным сегодняшнему: социальным, справедливым, ставящим во главу угла не наживу, а развитие личности, человеческого капитала — главной производительной силы XXI века, обеспечивающей при умелом его использовании высокие темпы экономического роста и развития гражданского общества.

По сути это означает необходимость осмысления внутренней логики развития социальных процессов, научное социологическое видение происходящих изменений с точки зрения целевой установки на построение цивилизационного общества и государства, обеспечивающего каждому человеку свободу выбора жизненного пути, защищенность и безопасность, равные возможности достижения материального благополучия на основе реализации принципов социальной справедливости.

Мониторинговые исследования общественного мнения могут помочь властным структурам следовать здравому смыслу, избежать крайностей, принятия запаздывающих, неадекватных, а то и опасных решений. И строить эти исследования надо, исходя из содержательных моделей главных альтернатив общественного развития, основываясь на строго научном анализе и отборе их базовых характеристик, оставаясь в рамках предмета изучения общественного мнения, его компетенции. И еще одно замечание: только ориентация российского социума на высокие и актуальные, поставленные жизнью цели, принятые самими людьми, дает им ощущение подлинности бытия, сопричастности жизни общества в целом, развития отношений товарищеской солидарности, взаимопомощи и взаимоподдержки.

**Список литературы**

1. Борисов С. В. 2012. О философии образования новой России и не только... // Социум и власть. Челябинск. С. 122—125.
2. Двадцать пять лет социальных трансформаций в оценках и суждениях россиян: опыт социологического анализа / [М. К. Горшков и др.]; отв. ред. М. К. Горшков, В. В. Петухов. М. : Весь Мир, 2018. 384 с.
3. Комаровский В. 2017. Наследие революции 1917 г. в формировании идентичности России // Власть. № 10. С. 7—15.
4. Ослон А. 2008. Слово президента // Образ мыслей и образ жизни. М. : Институт фонда «Общественное мнение». С. 7—9.
5. Путин В. В. 2012. Россия сосредотачивается // Известия. 06.01.
6. Тощенко Ж. Т. 2018. Прекариат: от протоклассу к новому классу. М. : Наука, 350 с.
7. Шигарева Ю. 2018. Когда закончится ненастье? // АИФ. № 46.

**М. В. Новокрещенов, К. Ю. Шепетина**

## **СОВМЕСТНОЕ КОНСТРУИРОВАНИЕ ИНТЕРВЬЮЕРА И РЕСПОНДЕНТА ПРИ ПОЛУЧЕНИИ СОГЛАСИЯ НА ТЕЛЕФОННОЕ ИНТЕРВЬЮ: СТАТУСНО-РОЛЕВОЙ АНАЛИЗ**

*НОВОКРЕЩЕНОВ Максим Владимирович — студент, НИУ ВШЭ, Москва, Россия*

*EMAIL: m.newcross@gmail.com*

*ШЕПЕТИНА Ксения Юрьевна — студентка, НИУ ВШЭ, Москва, Россия*

*E-MAIL: ksenyash8@gmail.com*

**Аннотация.** Доклад посвящен результатам конверсационного анализа телефонных интервью, собранных в рамках массового электорального опроса. Анализировались только те фрагменты, где происходило представление интервьюера и респондента друг другу, а значит конструировались их статусы и роли по отношению друг к другу. В результате были выделены категории, которые затем были сгруппированы в более общие концепты. Анализ показал, какую роль в разговоре в рамках массового опроса играют отклонения от анкеты.

**Ключевые слова:** анализ разговора, опрос общественного мнения, конверсационный анализ, конструирование статусов, телефонное интервью, эффект интервьюера, массовый опрос, методология исследования

Опросам общественного мнения уделяется повышенное внимание с разных сторон: как со стороны научного сообщества, так и со стороны широкой общественности в лице, например, СМИ. Парадигма измерения общественного мнения, основателем которой был Джордж Гэллап, подвергается острой критике, которая доходит до призывов окончательно избавиться от массовых опросов в пользу, например, методов этнографии и big data. Это может быть свидетельством парадигмального сдвига в изучении общественного мнения.

В своем исследовании мы обратились к записям телефонных интервью крупной опросной фабрики, чтобы апробировать возможности идеи статусно-ролевого анализа взаимодействия в интервью как теоретической рамки для комплексного рассмотрения эффектов

респондента и эффектов интервьюера<sup>1</sup>. Нам были интересны именно телефонные интервью, так как в них, как может показаться на первый взгляд, изолировано влияние внешнего вида, все можно увидеть прямо из разговора. Мы хотели увидеть, как в процессе взаимодействия между интервьюером и респондентом конструируются социальные отношения. Впоследствии, уже в ходе количественного исследования, мы планируем изучить, как эти отношения отражаются на качестве собранных данных, чтобы подготовить инструкции, которые смогут использовать опросные фабрики.

В начале нашей работы были основания для сомнений в качестве собранных данных. Во-первых, политика — в целом достаточно сенситивная тема. Во-вторых, мы наблюдаем формирование спирали молчания, когда в разговоре о политике люди склонны воспроизводить те мнения, которые, как им кажется, от них ожидает кто-то вышестоящий. Мы анализировали только часть интервью, посвященную установке контакта и социально-демографическим характеристикам, и уже там мы обнаружили множество отклонений от анкеты. Кроме того, именно в этой части интервьюер и респондент определяют статусы друг друга, что в дальнейшем будет основой их коммуникации. Мы классифицировали их, а затем выделили четыре будущих концепта, которые мы будем использовать на количественном этапе, и выделили категории, которые в будущем должны стать основой для операционализации.

Мы работали в парадигме этнометодологического конверсационного анализа [Корбут, 2018: 60]. Вообще конверсационный анализ предполагает, что к данным нужно подходить «чистым», без четко сформулированных гипотез или теорий, все это должно появиться в ходе анализа. Мы лишь воспользовались некими наиболее общими понятиями. Прагматика — отношения между знаком и говорящим (то есть те самые социальные отношения, которые конструируются в ходе разговора), эти отношения конструируются благодаря рефлексивности. Индексальность — это свойство фраз и действий, из-за которого они становятся понятны только в определенном контексте. Рефлексивность означает, что действие (в нашем случае каждая кон-

<sup>1</sup> См. доклад: Оберемко О. А. Статусно-ролевой анализ взаимодействия в телефонном интервью // IX Грушинская социологическая конференция «Социальная инженерия: как социология меняет мир». Москва. 20—21 марта, 2019. Секция 23: Методическая рефлексия — исследуем осмысленно. URL: [https://event.wciom.ru/file/report/Оберемко\\_OA\\_Статусно-ролевой%20анализ%20взаимодействия%20в%20телефонном%20интервью.pptx](https://event.wciom.ru/file/report/Оберемко_OA_Статусно-ролевой%20анализ%20взаимодействия%20в%20телефонном%20интервью.pptx).

кретная фраза интервьюера и респондента) всегда создает определенный контекст и само оказывается в него вписано [Гарфинкель, 2007]. То есть любая фраза любого из участников разговора важна для того, какое взаимодействие будет выстраиваться между ними впоследствии. Общая структура разговора определяется анкетой, это нулевой градус разговора, определяющий исходное распределение ролей. Рефлексивность же проявляется в отклонениях от анкеты, их мы анализировали и классифицировали. Однако в ходе работы нам пришлось выделить еще одно понятие — техническое поддержание разговора. Это либо повторения, либо «ага» и «угу», либо переспрашивание. В этом мы не пытались искать рефлексивность.

Мы выделили четыре будущих концепта: самопозиционирование респондента, самопозиционирование интервьюера, их конструирование друг друга в процессе взаимодействия. Представим результаты анализа шести телефонных интервью, собранных крупной опросной фабрикой в ходе стандартного электорального опроса. Подробные результаты приведены в таблице 1.

Таким образом, мы рассмотрели все ситуации, когда респондент или интервьюер отходят от инварианта анкеты. Мы классифицировали эти отклонения и выделили категории, которые мы объединили в более общие концепты. Анализ показал, какую роль в разговоре в рамках массового опроса играют отклонения от анкеты, что может быть развито и использовано для составления методических рекомендаций для опросных фабрик. Как представляется, эмпирически выделенные концепты (и случаи отклонений от инварианта) (а) описывают все возможные ситуации отклонений и (б) охватывают разрозненно описанные в методической литературе эффекты интервьюера и эффекты респондента.

Таблица 1

Концепт	Категория	Реализация
Самопозиционирование интервьюера	Проявление уважения (конструирование равного статуса)	<p>1. Интервьюер демонстрирует свое отношение к респонденту: «<b>Очень приятно, Игорь!</b>» (№ 6, стр. 42).</p> <p>2. Интервьюер терпеливо слушает ответы респондента, не пытается перебить его.</p>
Самопозиционирование респондента	Кооперативность (согласие играть предложенную роль)	<p>Респондент легко соглашается пройти опрос, предоставить личные данные: «Ну, давайте отвечать» (№ 7, стр. 8).</p> <p>«И: Скажите, подтверждаете ли Вы согласие на использование Ваших персональных данных для контроля качества опроса?</p> <p>Р: Ну, конечно, <b>потому что везде это все идет</b>» (№ 4, стр. 11—13).</p>
	Настройка обращения к себе (указание собственного статуса)	<p>Респондент представляется по имени и отчеству: «Людмила Ивановна» (№ 2, стр. 3), — или по имени (полная форма): «Татьяна» (№ 7, стр. 33).</p>
	Изменчивость в проявлении уважения (в конструировании статуса)	<p>Респондент обращается к интервьюеру на «Вы»:</p> <p>«Давайте отвечать» (№ 7, стр. 8), но в экстренной ситуации (когда он что-то не услышал, не понял): «<b>Еще раз, не услышала</b>» (№ 7, стр. 50).</p> <p>«Ну, давайте» (№ 6, стр. 38), но в экстренной ситуации (когда он что-то не услышал, не понял): «<b>Еще раз. Что?</b>» (№ 6, стр. 63).</p>

Концепт	Категория	Реализация
Самопозиционирование респондента	Указание собственного статуса	<p>Респондент указывает свой профессиональный статус:            «И: Работаете ли Вы по следующей специальности: журналист, социолог, маркетолог, психолог?            Р: <b>Я пенсионер</b>» (№ 4, стр. 26; № 7, стр. 39).            2. Респондент указывает свое семейное положение:            «И: ...А сколько взрослых человек старше 18 лет проживает с Вами вместе в одной квартире, кроме Вас?            Р: <b>Я и муж</b>» (№ 7, стр. 58).</p>
	Демонстрация превосходства (статуса)	Респондент пытается командовать интервьюером («Достаточно», «Продолжайте» и т.д.).
	Место проживания (как антоним превосходства, статуса)	Респондент дает скорее уничижительную оценку месту своего проживания: <b>«Маленький город у нас такой»</b> (№ 4, строка, стр. 41).
	Сомнение в собственной компетенции (статусе)	Респондент сомневается, что по всем параметрам подходит интервьюеру и сможет ответить на вопросы: <b>«Ну, если смогу, на какие отвечу, а на какие нет, то нет»</b> (№ 4, стр. 6). <b>«Но у Вас там ограничения какие-то есть? По возрасту?»</b> (№ 2, стр. 11).
Респондент конструирует интервьюера	Занятость	Респондент дает понять, что имеет ограниченное количество времени для участия в опросе: <b>«Э-э-э... Ну, 15-ти может и не быть, но давайте попробуем»</b> (№ 1, стр. 11).

Концепт	Категория	Реализация
Респондент конструирует интервьюера	Позитивное подкрепление	Респондент дает понять, что имеет ограниченное количество времени для участия в опросе: <b>«Э-э-э... Ну, 15-ти может и не быть, но давайте попробуем»</b> (№ 1, стр. 11).
	Вписывание в ролевые рамки	Интервьюер добивается от респондента четкого формулирования ответов: «Сколько взрослых человек старше 18 лет проживает с Вами вместе в одной квартире?» Р: Три. И: <b>Три человека. С Вами вместе?</b> Р: Да. И: <b>А, то есть с Вами двое еще, да?</b> Р: Ну, да» (№ 6, стр. 68—74).

### Список литературы

1. Гарфинкель Г. Исследования по этнометодологии. СПб. : Питер, 2007.
2. Корбут А. «Простите, я никак не могу понять»: способы реагирования на непонимание во взаимодействии человека и робота // Laboratorium. Журнал социальных исследований. 2018. Том 10. № 3. 57—78.

**М. Б. Люскин, М. Н. Яковлева**

## **НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ВЕРИФИКАЦИИ В ЭМПИРИЧЕСКОЙ СОЦИОЛОГИИ**

*ЛЮСКИН Михаил Борисович — доцент кафедры философии, политологии, социологии, Национальный исследовательский университет «МЭИ», Москва, Россия  
E-MAIL: LiuskinMB@mpei.ru*

*ЯКОВЛЕВА Марина Николаевна — научный сотрудник, Институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН, Москва, Россия  
E-MAIL: m-m-21-42@mail.ru*

**Аннотация.** Под понятием «верификация» в социологии часто понимается только проверка гипотезы программы социологического исследования на истинность. Результатом верификации должно стать либо подтверждение гипотезы, либо ее опровержение. Однако способ верификации современной социологической теории состоит в том, что чем выше общность теории, тем менее ожидаема ее эмпирическая проверка, такие теории — скорее «теоретические ориентации», а не строгие дедуктивные теории.

В современных социологических исследованиях приходится сталкиваться с различными видами нарушений принципа верификации. К наиболее существенным из них на стадии разработки можно отнести непроработанность программы исследования (нет четкой формулировки объекта, предмета исследования); ошибки, игнорирование процедуры операционализации понятий на стадии построения эмпирических индикаторов; методические ошибки в формулировке вопросов анкеты исследования, недостаточный уровень использования методов математической статистики.

Все это заметно снижает уровень верификации в современных социологических исследованиях и, хотя и не всегда, часто отрицательно влияет на достоверность полученных социологами данных, что может негативно сказаться на дальнейшем развитии эмпирической социологии в России.

**Ключевые слова:** верификация, гипотеза, программа социологического исследования, операционализация понятий, индикаторы

Сегодня термин *верификация* в гуманитарных науках не имеет широкого распространения. В технических (и естественных) науках верификация, точнее верифицируемость — это эмпирическая проверяемость научных утверждений и теорий. Утверждения и теории, которые не могут быть верифицированы, не считаются научными. В настоящее время верификация, дополненная принципом фальсификации, то есть методологической процедуры, позволяющей установить ложность гипотезы или теории в соответствии с правилом *modus tollens* (часто называется принципом фальсификации: если из какого-то утверждения вытекает следствие, оказывающееся ложным, это означает, что и само утверждение ложно) классической логики, является важным инструментом анализа теорий и данных в естественных и технических науках.

В гуманитарных науках верификация не настолько востребована, даже в социологии. Социология считается экспериментальной (то есть практически естественной) наукой, которая стремится анализировать общество не как абстракцию, а как реальность, пытаясь выразить ее внутреннюю неоднородность, дифференцированность.

Сегодня в социологии под понятием «верификация» имеется в виду проверка гипотезы на истинность. То есть оценка того, соответствует ли гипотеза действительности. Результатом верификации должно стать либо подтверждение гипотезы, либо ее опровержение. Однако способ верификации современной социологической теории связан с тем, что чем выше общность теории, тем менее возможна ее эмпирическая проверка, ведь такие теории — скорее «теоретические ориентации», а не строгие дедуктивные теории.

Подтверждение или опровержение гипотез — это прямое доказательство истинности или ложности теоретических предположений исследователей. Верификация основывается на доказательстве соответствия предпосылок гипотезы либо непосредственному эмпирическому наблюдению (прямая, или непосредственная верификация), или на соответствии гипотезы теоретическим положениям, относительно которых доказано их соответствие эмпирическим данным («косвенная верификация»).

Однако сегодня многие социологи гипотезы или не формулируют вовсе, или эти гипотезы носят эмпирический характер. Это связано или с полным отсутствием теоретической методологической базы социологического исследования, или с ориентацией исключительно на «опросник». Чтобы решить проблему взаимосвязи теории и эмпирии в социологии, необходимо придерживаться следующих принципов: 1) корреспондент-

ности (эмпирического подкрепления теоретических фактов); 2) когерентности (согласованности теоретических разработок с ранее принятыми теориями).

Необходимо также придерживаться принципа монизма, несмотря на присущую социологии «полипарадигмальность». Собранные эмпирические факты не могут удовлетворять сразу всем социологическим теоретическим концепциям: необходимо выбрать только одну.

Проблема верификации сегодня, по нашему мнению, во многом связана с «методными» проблемами современных отечественных социологических исследований. Так, Г. Г. Татарова отмечает, что социологи индивидуально разрабатывают эмпирический инструментарий, который зачастую не проходит научную экспертизу, а проблема измерения в социологии практически не рассматривается в научных публикациях [Татарова, 2018]. Принцип верификации необходимо учитывать на всех этапах социологического исследования: и при разработке инструментария, и на этапе сбора эмпирических данных, и, наконец, анализируя собранные данные.

Прежде всего, важной составляющей верификации является объективная и точная формулировка объекта и предмета исследования. Игнорирование этой важной составляющей программы социологического исследования недопустимо. Так, мы были свидетелями исследования, в котором одна московская фирма взялась за изучение детских садов Москвы. Авторы исследования не смогли четко описать объект и предмет исследования (детские сады региона, типы детских садов). Представление каждого детского сада как отдельного (самостоятельного) объекта исследования вынудило их проводить опрос респондентов всей генеральной совокупности, то есть всех родителей. В результате существенной ошибки в определении изучаемой генеральной совокупности они получили некорректную выборку и многочисленные отказы респондентов заполнить представленные анкеты. Собранные данные оказались непригодны для обобщенного анализа ситуации в целом, не говоря уже о впустую потраченной значительной сумме денег.

Следующий важный элемент верификации — формулировка вопросов анкеты, которые должны быть понятны респонденту. Очень часто это просто игнорируется. Вследствие этого мы или всех респондентов записываем в эксперты, или считаем, что все люди должны говорить на одном языке. Этот «когнитивный диссонанс» всегда приводит к искажению социологической информации.

Архиважен для составления надежной социологической анкеты и выбор адекватной шкалы измерения. На практике обе эти проблемы могут пересекаться. Например, сегодня респонденты, как правило, не отвечают на вопросы о величине своих доходов, что делает практически невозможным использование интервальной шкалы для измерения уровня доходов. Попытки же использовать для этого порядковые шкалы зачастую неудачны. Например, в одном из массовых опросов респондентам задавался такой вопрос: «Оцените, пожалуйста, различные стороны, условия Вашей жизни в настоящее время:

— уровень дохода:

- 1) низкий
- 2) средний
- 3) высокий».

Что имел в виду респондент, отвечая на этот вопрос? Удовлетворенность своим доходом или его величину? С кем или чем он при этом себя сравнивал? Такой вопрос мог неплохо работать лишь в советское время, когда не было большой дифференциации населения по доходам, а основным источником дохода была заработная плата.

Данный пример иллюстрирует непроработанность программы исследования на стадии операционализации понятий, когда для понятия «доход» не был найден адекватный индикатор, а прямое измерение в данном случае невозможно. Напомним, что операционализация связана с переводом «теоретических абстракций» в конкретные эмпирические (количественные и качественные) переменные, то есть того, что непосредственно представлено в рамках социального взаимодействия. Ошибки на этом этапе исследования могут приводить к выбору индикаторов, не соответствующих исходным теоретическим понятиям или могут быть непонятны респонденту.

На этапе обработки эмпирических данных проблема верификации может быть связана с недостаточным использованием методов математической статистики. В массовых опросах количество собираемых показателей зачастую превышает количество анализируемых. В то же время социолог далеко не всегда может априори оценить характер реальных социальных процессов. Выявить неочевидные на первый взгляд процессы и явления могут помочь, например, методы факторного и кластерного анализа. Так, в нашем исследовании здоровья населения [Яковлева, 2008] измерялись различные способы его укрепления. Оказалось, что уровень здоровья не коррелирует с заботой о нем. Факторный анализ по-

зволил выявить три стратегии укрепления здоровья, типичные для социальных групп, различающихся своим образом жизни и располагаемыми ресурсами поддержания здоровья, в отсутствие комплексного подхода в этом вопросе. Это дало возможность подтвердить гипотезу о недостаточности эффективных способах укрепления своего здоровья населением.

Таким образом, проблемы с верификацией в эмпирической социологии сегодня во многом обусловлены пренебрежением к апробированным методикам при разработке программы и инструментария исследования, а также недостаточным использованием методов математической статистики при анализе данных.

### **Список литературы**

1. Татарова Г. Г. «Методная» проблематика в Институте социологии РАН: история становления и современные вызовы // Социологические исследования. 2018. № 6. С. 30—39.
2. Яковлева М. Н. Здоровье населения России / Динамика социальной сферы российского общества : Материалы мониторинговых исследований / под общ. ред. Г. И. Осадчей. М. : Изд-во РГСУ, 2008. С. 38—49.

**Н. А. Романович**

## **СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ОПРОСЫ: ВОВЛЕЧЕННОСТЬ, ИНФОРМИРОВАННОСТЬ И ОТНОШЕНИЕ К НИМ НАСЕЛЕНИЯ**

*РОМАНОВИЧ Нелли Александровна — доктор социологических наук, профессор кафедры политологии и политического управления, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Воронежский филиал ФГБОУ ВО РАНХиГС); Воронеж, Россия; генеральный директор Института общественного мнения «Квалитас», Воронеж, Россия*

*E-MAIL: [nelly@qualitas.ru](mailto:nelly@qualitas.ru)*

**Аннотация.** Социологические опросы, являясь самым распространенным методом изучения общества, активно используются в России. Успешность их применения и конечный результат во многом зависят от отношения населения к опросам, поскольку обычные люди, как правило, выступают в роли респондентов. Целью данной работы было выявление отношения населения к социологическим опросам и сопоставление этого отношения в различные исторические периоды. Институт общественного мнения «Квалитас» (г. Воронеж) провел ряд исследований, которые показали долю горожан, принявших участие в опросах в разные годы, информированность жителей города о социологических центрах, проводящих опросы, и выявили тенденции изменения отношения населения к социологическим опросам. Социологи протестировали мнение населения по поводу расхожих суждений типа: «проведение соцопросов помогает власти при решении наболевших проблем» или «опросы проводятся, чтобы выпытывать у людей информацию о личной жизни и имуществе для использования ее в корыстных целях». Оказалось, что большинство населения солидарно с положительными суждениями об опросах, а негативные суждения и страхи по поводу опросов разделяют немногие. Исследование показало, что социологические опросы вызывают интерес у значительной доли населения, при этом интерес растет. Кроме того, увеличивается доля людей, уверенных, что опросы отражают действительное мнение граждан, и растет убежденность населения в полезности и нужности социологических опросов. Есть мнение, что это результат консолидации вокруг лидера и его курса на фоне возрастающего напряжения в международных отношениях. Но, как бы то ни было, социологические опросы сегодня интересны населению и востребованы обществом.

**Ключевые слова:** социологические опросы, отношение населения, общественное мнение, перестройка, повышение эффективности деятельности власти

Уже давно стала расхожей фраза, что социологические опросы — своеобразное зеркало общества. А для чего нужно зеркало? Чтобы увидеть себя таким, какой ты есть. А если что не нравится — понять, как можно это исправить. Получается, что социологический опрос есть реальный инструмент познания обществом самого себя, а также инструмент корректировки. Почему же социологи столь часто сталкиваются с негативным отношением к опросам? Может быть, потому что людей редко устраивает их собственное отображение в зеркале? Неужели людям представляется, что если они разобьют зеркало, то тем самым кардинально решат все проблемы?

Что такое социологический опрос, что о нем известно? Что это самый распространенный способ изучения общества. А в глазах непосвященных он даже определяет образ самой социологии. Видимо, поэтому некоторые социологи пытаются отделить опрос от науки, чтобы не «замарать» саму науку: например, заместитель директора «Калининградской мониторинговой группы» социолог Алексей Высоцкий настаивает: *«Предлагаю не путать опросную деятельность с социологической. Социология — это наука. А опросная деятельность — это скорее прикладная «машинка», которая возникла в США как способ оперативного доклада о реакции общества на те или иные ситуации, вещи, решения»* [Высоцкий, 2016]. Для Алексея Высоцкого опрос — это прикладная «машинка». И все же дать точное определение опросу — дело практически безнадежное. Это признают сами ученые: *«Утверждение о том, что почти невозможно дать строгое и исчерпывающее определение того, что такое опрос, на первый взгляд кажется нелепостью. Однако в действительности представления о том, каким должен быть хороший социологический опрос, менялись так часто, что любая попытка свести определение опроса к конкретной технике сбора информации, плану исследования, типу анализа данных или характеру использования полученных сведений наверняка столкнется с трудностями»* [Девятко, 1998: 5]. И правда, техника сбора данных претерпела за несколько десятков лет существенные изменения.

Сейчас уже кажется невероятным, что первые анкеты Всесоюзного центра изучения общественного мнения, созданного в 1987 г. во главе с Татьяной Ивановной Заславской (решение о создании центра принималось на уровне Горбачева) были напечатаны в газетах. Об этом

свидетельствует А. А. Ослон: «В первый год мы обрабатывали данные анкет, напечатанных в газетах» [Яковлева, 2007]. Кажется невероятным и отклик населения на эти напечатанные в СМИ анкеты: «Когда в «Литературной газете» была опубликована первая анкета, пессимисты ожидали 5 тысяч, а оптимист — Борис Андреевич Грушин — 15. Ему говорили: «Вы, Борис Андреевич, фантазер и мечтатель». Он громко смеялся над маловеерами: «Вы плохо знаете наших людей». Пришло 120 тысяч ответов» [Яковлева, 2007]. Действительно, в период перестройки люди отличались. В Воронеже, например, начале 1990-х годов автор этой статьи разослала по Воронежской области 300 почтовых анкет. Отклик превзошел все ожидания! Он был равен 100%. Не только все заполненные анкеты вернулись, но люди в дополнение писали социологам свои длинные письма. 1990-е годы были в России самым благодатным временем для проведения социологических опросов. Люди ждали перемен и хотели участвовать в корректировке действительности. Поначалу почтовые опросы мы проводили постоянно. Особенно весной, когда реки разливались, автобусное сообщение между селами прерывалось, и опросить труднодоступных респондентов в отдаленных районах можно было только с помощью писем.

А. А. Ослон тоже пишет о том, что во времена перестройки опрашивать было чрезвычайно легко: «А в конце 80-х — начале 90-х мы вообще не имели ни одного отказа. Опрашиваемый говорил: «Поспрашивайте меня еще». Людям казалось, что им есть что сказать, и хотелось говорить» [Яковлева, 2005].

В регионах была аналогичная картина. Когда мы, социологи Российского института общественного мнения (РИОМ, г. Воронеж), выезжали время от времени в воронежские села проводить опросы, редкая семья не приглашала нас к столу отобедать. В сумерках люди провожали нас до дома следующего респондента, чтобы не покусали собаки. Желание участвовать в опросах выветривалось постепенно. Прежде всего оно стало пропадать в городах, где реклама заполонила улицы и почтовые ящики.

После рекордного 100-процентного возврата анкет мы сначала огорчались, когда возврат стал 50%-70%. А потом он стал перманентно меньше 50%. Тогда мы обратилась к опыту исследований в других странах и поняли, что 15%-25% возврат — это норма. Вскоре мы уже радовалась, когда возврат был больше 10%.

Иными словами, менялось не только представление об опросах, но и отношение населения к ним. Институт общественного мнения

«Квалитас» (г. Воронеж) задался целью выявить отношение современников к социологическим опросам, узнать, какая часть горожан имеет опыт участия в них и какое впечатление опросы производят на население. ИОМ «Квалитас» в рамках инициативного социального проекта уже более двадцати лет проводит ежемесячные социологические опросы среди воронежцев (выборка размером от 600 до 1000 репрезентативна для взрослого населения г. Воронежа). Результаты опросов отражены в Ежемесячных Бюллетенях социологических сообщений по городу Воронежу, архив которых представлен на сайте Института ([www.qualitas.ru](http://www.qualitas.ru)). Прежде всего мы поинтересовались у воронежцев: «Припомните, пожалуйста, Вы лично ранее участвовали в каких-либо опросах общественного мнения, социологических исследованиях и т. п.?». Ответы горожан на этот вопрос с разницей в десять лет отображены на рис. 1.



Рисунок 1. Припомните, пожалуйста, Вы лично ранее участвовали в каких-либо опросах общественного мнения, социологических исследованиях и т. п.?<sup>1</sup>

Оказалось, что почти половина воронежцев (45%) к 2015 г. в той или иной форме уже принимали участие в социологических опросах населения. Чем старше респонденты, тем чаще им приходилось отвечать на вопросы социологов: от 31% среди молодежи до 55% среди пожилых людей. Выявилась закономерность: чем богаче респонденты, тем чаще они пользуются вниманием интервьюеров. Реже других становятся респондентами безработные. В целом давно отмечено, что люди с социальными проблемами хуже идут на коммуникативный контакт.

Но большинству горожан (54%) не доводилось участвовать в соц-опросах, поэтому они часто говорят: «Кого там опрашивают социоло-

<sup>1</sup> Источник: [Ежемесячный Бюллетень..., 2015].

ги? Ко мне ни разу не обращались...». Чем ниже уровень образования у респондентов, тем реже им доводилось участвовать в опросах (только 8 % среди людей с неполным средним образованием). Следует отметить, что за последние десять лет доля участников социологических опросов в Воронеже увеличилось ненамного: с 41 % до 45 %.

Даже если сами респонденты не принимали участие в опросах, они могли узнать, что такие опросы проводятся — чтобы получить информацию об этом, достаточно открыть газету или включить телевизор. Для выявления информированности респондентов об организациях, специализирующихся на проведении опросов, воронежцам был задан вопрос: «Скажите, пожалуйста, Вы хорошо осведомлены, что-то слышали или ничего не знаете об организациях, занимающихся социологическими исследованиями, проводящих опросы общественного мнения?». Определенно знали о существовании организаций, проводящих опросы общественного мнения, только 13 % воронежцев. Высшее образование поднимало уровень осведомленности респондентов до 20 %. Однако почти каждый второй горожанин что-то слышал о таких организациях (49 %). Хотя, возможно, такая форма ответа — просто замаскированная неосведомленность граждан, стыдящихся ответить «не знаю». Не постеснялись сказать, что ничего не знают о подобных организациях, 39 % горожан. Среди малообразованных граждан (неполное среднее) уровень неосведомленности достигает 92 %.

На рис. 2 можно видеть, как изменилась информированность горожан за десять лет.

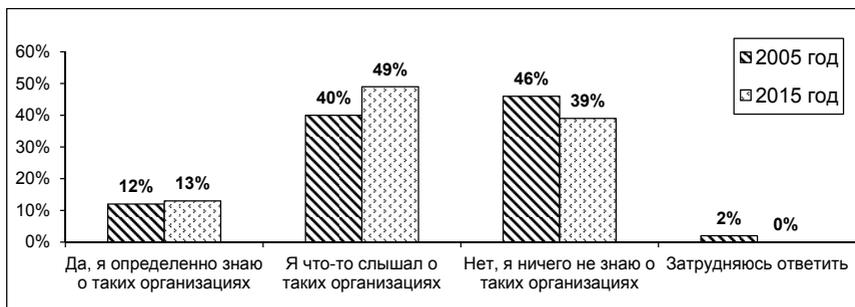


Рисунок 2. Скажите, пожалуйста, Вы хорошо осведомлены, что-то слышали или ничего не знаете об организациях, занимающихся социологическими исследованиями, проводящих опросы общественного мнения?

При этом нельзя сказать, что минувшее десятилетие внесло существенные изменения в уровень информированности воронежцев о социологических центрах. Немного увеличилась (с 40 % до 49 %) доля тех, кто краем уха слышал об организациях, изучающих общественное мнение. Только и всего...

Было интересно узнать, сколько горожан смогут назвать нашу организацию (ИОМ «Квалитас»), и насколько известны в городе другие центры, проводящие опросы. Поэтому мы решили задать следующий вопрос: «Можете ли Вы назвать (назовите, пожалуйста) какие-либо организации, проводящие в России массовые опросы общественного мнения и другие социологические и рыночные исследования?». Этот вопрос был задан без подсказок вариантов ответа, то есть в открытой форме. Обычно на открытые вопросы отвечают лишь единицы. Как и следовало ожидать, большинство горожан (79 %) затруднились с ответом, но каждый пятый опрошенный все же вспомнил название хотя бы одной организации, проводящей в России опросы общественного мнения.

Наибольшей известностью в Воронеже пользуются федеральные социологические центры ВЦИОМ (5,9 %) и «Левада-центр» (5,6 %), а также местный Институт общественного мнения «Квалитас» (5,6 %). Чуть уступает перечисленным по числу упоминаний Фонд общественного мнения (ФОМ) — 3 %. Остальные организации упоминались существенно реже, менее 1 % набрали «Эй Си Нильсен», «Контент», Росстат, «Барометр», Воронежстат, «Высшая школа экономики», интернет-проект «Анкетка», РБК, GFK, «Галерея Чижова» и др. В табл. 1 приведены сравнительные данные по тем организациям, которые в 2005 и в 2015 гг. были упомянуты более одного раза.

**Таблица 1. Можете ли Вы назвать какие-либо организации, проводящие в России массовые опросы общественного мнения и другие социологические и рыночные исследования?, %**

	<b>2005 г.</b>	<b>2015 г.</b>
ВЦИОМ	3,4	5,9
Левада-Центр	—	5,6
ИОМ «Квалитас»	4,7	5,6
ФОМ	1	3
Эй Си Нильсен	—	0,5
Росстат	0,3	1

Если десять лет назад первое место по упоминаемости занимал региональный социологический центр «Квалитас», то в 2015 г. воронежцы прежде всего называли федеральный центр ВЦИОМ. ИОМ «Квалитас» набрал в Воронеже одинаковое количество упоминаний с «Левада-центром».

В 2005 г. этот опрос проводился не только в Воронеже, но и в ряде других российских городов: Архангельске, Великом Новгороде, Калининграде, Санкт-Петербурге, Москве, Ярославле, Ростове-на-Дону, Саратове, Надыме, Самаре, Казани, Омске в рамках инициативного проекта Ассоциации региональных социологических центров «Группа 7/90». Тогда региональные опросы продемонстрировали неплохие показатели известности местных исследовательских центров. Так, в Архангельске 5 % респондентов «вспомнили» местную компанию «Форис», в Воронеже также 5 % назвали «Квалитас», 8 % надымчан упомянули «Горизонт-М» (единственный в то время социологический центр в Надыме), 6 % калининградцев — Калининградский социологический центр. В то же время общероссийские ФОМ и ВЦИОМ смогли назвать тогда только 3—6 % опрошенных. Причем в Воронеже и Москве ВЦИОМ упоминался чаще, чем ФОМ, а в других городах, наоборот — чаще назывался ФОМ (Архангельск, Надым, Саратов).

Таким образом, не только в Воронеже, но и в некоторых других городах уровень известности региональных исследовательских центров оказался даже выше уровня известности федеральных компаний (ФОМ, ВЦИОМ и т. п.), что свидетельствовало о появлении региональных (локальных) брендов в сфере социологических и маркетинговых исследований. Прошедшее десятилетие упрочило позиции тех региональных брендов, которые смогли «продержаться на плаву».

Помогают ли опросы донести до власти нужды простого народа? Как выяснилось, большинство воронежцев верят в то, что проведение социологических исследований помогает узнать мнение простых людей о положении в городе или стране (85 %). Иными словами, у большинства населения наблюдается априори положительное отношение к социологическим опросам, поскольку они дают возможность власти учитывать мнение народа в решении актуальных проблем. Однако 14 % горожан в 2015 г. отрицали полезную роль опросов. Радует, что в 2005 г. число негативных ответов было больше (рис. 3). Среди малообразованных горожан (неполное среднее) число несогласных увеличивается до 25 %.

Не исключено, что люди просто плохо понимают, что такое социологические опросы.

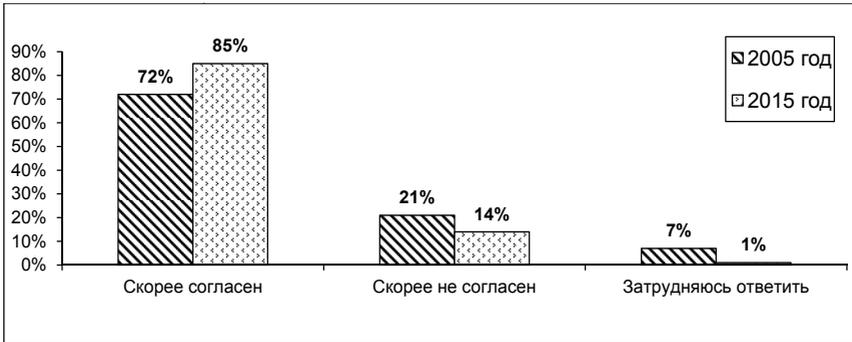


Рисунок 3. Согласны ли Вы с суждением: «Проведение социологических исследований помогает узнать мнение простых людей о положении в их городе, области, в стране, чтобы власти могли учесть мнение народа при решении наболевших проблем?»

Прошедшее десятилетие увеличило лояльность общественного мнения к социологическим исследованиям. Число согласных с предложенным суждением возросло с 72 % до 85 %. Возможно, жители города просто привыкли к опросам общественного мнения, и они стали казаться нормой.

Некоторые люди считают, что опросы существуют, чтобы обманывать граждан. Если это не прямой обман (скажем, пришли мошенники под видом социологов), то косвенный — полученная информация может быть использована в корыстных целях. Конечно, большинство рядовых граждан мало разбираются в сути социологических исследований и вряд ли отличат «настоящее исследование» от каких-либо промоушн-мероприятий или «агиток» в период предвыборных баталий. Еще хуже, если мошенники маскируются под исследователей общественного мнения, поэтому респонденты должны проявлять бдительность и спрашивать удостоверение интервьюера, где должны быть печать организации, ее адрес и телефон. Видимо, услышав о возможности подобных обманов, 12 % горожан прониклись подозрением к любым видам опросов (рис. 4).

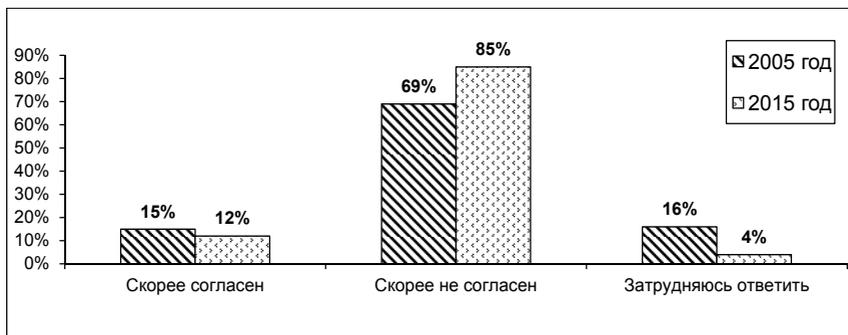


Рисунок 4. Согласны ли Вы с суждением: «Большинство опросов проводится для того, чтобы выпытывать у людей информацию об их личной жизни и имуществе, чтобы потом использовать эту информацию в корыстных целях?»

Но все же случаи такого рода мошенничества редки, и население в большинстве своем (85 %) доверяет социологическим опросам. Среди молодежи уровень доверия возрастает до 91 %.

За прошедшее десятилетие количество горожан, не согласных с тем, что опросы проводятся для того, чтобы выпытывать у людей информацию в корыстных целях, увеличилось с 69 % до 85 %. Социологические опросы, по всей вероятности, постепенно становятся привычным явлением.

Еще один расхожий миф гласит, что результаты опросов зачастую фабрикуются и публикуются в СМИ, чтобы склонить людей к определенному поведению. Степень распространенности этого мифа отображена на рис. 5.

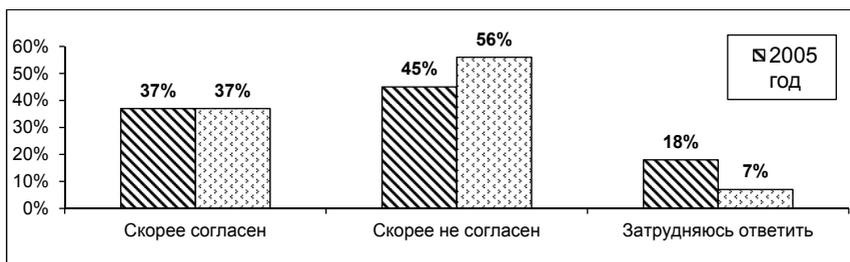


Рисунок 5. Согласны ли Вы с суждением: «Результаты опросов общественного мнения часто являются сфабрированными и публикуются в СМИ, чтобы оказывать влияние на людей, склоняя их к определенному поведению?»

Большинство воронежцев (56 %) не согласны с тем, что результаты опросов часто оказываются сфабрикованными и публикуются исключительно для манипуляции людьми. Молодежь чаще других высказывает свое несогласие по этому поводу (62 %). Меньше подозрительности — соответственно, больше доверия.

Более трети горожан (37 %) согласны с утверждением, что данные опросов публикуются в СМИ для определенного воздействия на людей. Они считают, что цель таких публикаций — повлиять на поведение населения. Хотя за прошедшие годы доля респондентов, дающих такой ответ, не изменилась (37 %), зато доля лояльных к социологическим опросам респондентов увеличилась с 45 % до 56 %.

Для чего проводятся социологические опросы? Реальная цель социологических и маркетинговых исследований — это повышение эффективности своей деятельности. В самом деле, политики и предприниматели желают получить обратную связь, чтобы иметь возможность скорректировать свою работу, исправить недостатки, усилить преимущества. Поэтому суждение, приведенное в следующем вопросе: «Согласны ли Вы с суждением: «Результаты опросов используются органами власти, политиками, предпринимателями для повышения эффективности своей деятельности?»», — вполне соответствует действительности. Финансируются опросы только в том случае, если их результаты помогают избежать ошибок, правильно скоординировать действия, тем самым дают возможность повысить рейтинг политику или уровень прибыли — предпринимателю. Большинство (62 %) воронежцев согласны с тем, что опросы используются и политиками, и предпринимателями для повышения эффективности своей деятельности. Правда, 32 % горожан с этим утверждением почему-то не согласны. Возможно, они не усматривают какой-либо пользы от опросов. Среди людей с низким уровнем образования число несогласных возрастает до 42 %.

Доля граждан, согласных с утверждением, что результаты опросов способствуют повышению эффективности деятельности политиков и предпринимателей, увеличилась за последнее десятилетие с 54 % до 62 %. Доля скептиков за десять лет не изменилась (32 %).

Есть еще одно расхожее мнение, которое сводится к тому, что социологические исследования вообще и опросы в частности — это просто дань моде — вдруг наступило время, когда все бросились проводить опросы, не понимая, зачем они нужны. Сколько воронежцев придерживается подобных взглядов — можно увидеть на рис. 6.

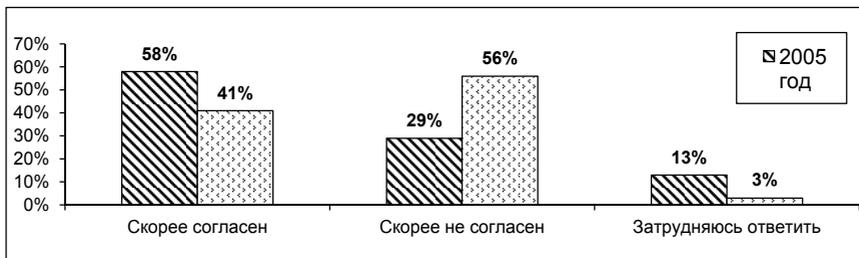


Рисунок 6. Согласны ли Вы с суждением: «Опросы и другие социологические исследования не приносят ни пользы, ни вреда, поскольку на них все равно никто не обращает серьезного внимания, и вся эта деятельность является просто модой»?

Оказалось, что большинство населения (56 %) все же не согласны с суждением, что опросы — это никчемная вещь. Но остальные респонденты (их чуть меньше половины — 41 %) склонны считать, что опросы не приносят ни пользы, ни вреда, а являются просто данью моды. Критическому отношению к социологическим исследованиям способствуют пожилой возраст (50 %) и бедственное материальное положение (75 %).

Иными словами, общественное мнение о соцопросах является неустоявшимся, колеблющимся, неопределенным и может качнуться в любую сторону при соответствующих обстоятельствах. Спор по поводу необходимости в соцопросах решается очень прагматично. Если есть люди, организации или структуры, которых интересует общественное мнение настолько, что они готовы подтвердить свой интерес финансовыми вложениями в проведение опросов, значит, результаты опросов действительно кому-то нужны и полезны.

За минувшее десятилетие общее представление о полезности/бесполезности опросов значительно изменилось. Уменьшилась с 58 % до 41 % доля респондентов, считающих, что никто не обращает внимание на соцопросы ввиду их бесполезности. А доля не согласных с таким мнением (то есть не считающих опросы безделицей) выросла на 27 % (с 29 % до 56 %).

А вообще — интересны ли людям результаты опросов? Обращают ли они на них внимание в СМИ? Какой части населения это интересно — большинству или только единицам? Как показало последнее исследование, 76 % воронежцев подтвердили, что появление в СМИ результатов социологических исследований вызывает у них интерес (рис. 7). Это более чем три четверти горожан, поэтому журналисты не прогадают, если будут

предавать публичности результаты опросов. Если есть заинтересованность аудитории, значит, рейтинг издания будет повышаться. Наибольший интерес к такой информация проявляют пожилые люди (81%). Однако среди 23% горожан подобные данные любопытства не вызывают. Более всего индифферентны к ним люди в бедственном материальном положении (39%).

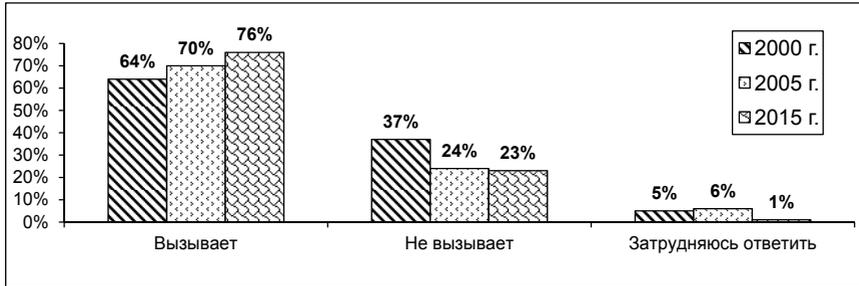


Рисунок 7. Данные социологических исследований и опросов общественного мнения часто сообщают по телевидению, по радио, в прессе. Когда Вам встречается такая информация, она вызывает или не вызывает у Вас интерес?

За последние 15 лет интерес к опубликованным в СМИ результатам социологических исследований вырос с 64% до 76%.

Кроме того, с 2005 г. по 2015 г. выросла доля воронежцев (60% до 78%), убежденных в том, что результаты опросов общественного мнения в целом отражают действительное мнение граждан. Чаще всего уверена в этом молодежь (85%), реже — пожилые люди (72%).

Только 19% горожан придерживаются противоположного мнения, то есть полагают, что реальное мнение граждан имеет мало общего с результатами опросов. За десять лет доля таких ответов уменьшилась с 28% до 19%. Иными словами, время работает на социологов, мнение граждан становится все более лояльным к результатам социологических опросов.

Воронежцы вынесли вполне оптимистичный вердикт о необходимости социологических опросов (рис. 8). Похоже, отказаться от опросов и вернуться к волюнтаристскому принятию решений без учета общественного мнения в настоящее время уже трудно. Представление о необходимости социологических опросов в жизни современного общества усвоено подавляющим большинством населения (91%). Отрицают их необходимость лишь 8% опрошенных.

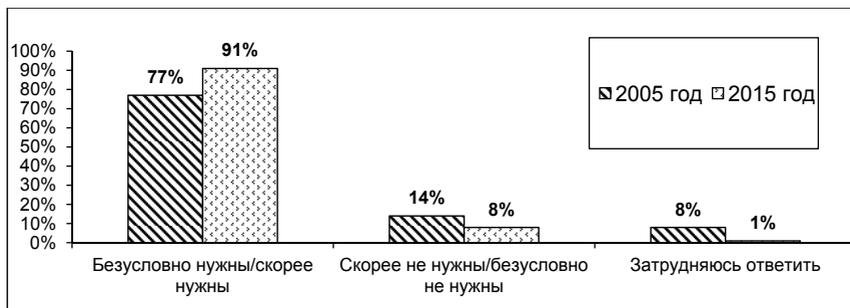


Рисунок 8. Как Вы думаете, в принципе опросы общественного мнения нужны или не нужны?

Убежденность в нужности опросов общественного мнения возросла за десять лет с 77% до 91%. Думается, что даже с учетом всех возможных претензий к качеству их проведения и той волне пессимизма в СМИ, которая вызвана предвыборными ошибками в прогнозах социологов, опросы общественного мнения рано хоронить. Они только вступают на поприще востребованного социального служения, получают, наконец, признание своей полезности со стороны населения.

По результатам всероссийского опроса ВЦИОМ от 2015 г. (было опрошено 1600 человек в 130 населенных пунктах страны), большинство россиян уверены, что соцопросы нужны (84%) [ВЦИОМ, 2015]. Для сравнения: в 2013 г. так считали 69% наших сограждан [Давыдов, 2016]. ВЦИОМ уточнил у респондентов: «Почему Вы так считаете?». Среди традиционных аргументов в пользу необходимости опросов типа: «власть должна знать мнение людей для решения их проблем» — 35% (в 2013 г. — 30%), появился новый аргумент, которого в прошлые годы не было: «возможность высказаться для людей» — так ответил каждый десятый опрошенный (10%). Изменились аргументы тех, кто убежден в ненужности опросов.

Причину повышения лояльности к опросам со стороны населения прокомментировал гендиректор ВЦИОМ Валерий Федоров: «рост доверия общества к тем данным, которые мы получаем и обнародуем, связан прежде всего с изменениями в самом обществе. Ведь социологи за это время не придумали каких-то совершенно новых методов изучения общественного мнения, не поменяли большинство формулировок вопросов. Просто плюрализма в России стало меньше, общество консолидировалось вокруг лидера и его курса. Ситуация новой холодной войны, местами

переходящей уже в горячую, задает сегодня доминанты восприятия. И то, что наши опросы адекватно показывают эту картину, нравится людям. Они верят в данные соцопросов, потому что те стали созвучны их собственным мнениям» [ВЦИОМ, 2015].

## Выводы

1. Отношение населения к социологическим опросам в России заметно меняется в зависимости от характера времени.
2. Во время перестройки люди охотно отвечали на вопросы и желали участвовать в социологических исследованиях: они думали, что им есть что сказать, и хотели говорить. Отказов от участия в опросе тогда практически не было.
3. В постперестроечное время отказов от участия становилось все больше, и отношение населения к опросам постоянно ухудшалось.
4. Но ситуация новой холодной войны и связанная с ней консолидация общества снова меняет отношение населения к социологическим опросам в лучшую сторону.
5. В настоящее время растет интерес населения к соцопросам, люди чаще считают, что их результаты отражают реальное общественное мнение, соцопросы становятся все более востребованными, лишь единицы сомневаются в их необходимости.

## Список литературы

1. ВЦИОМ. День социолога, или зачем нужны опросы. 13.11.2015. Пресс-выпуск № 2974. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=115461> (дата обращения 05.03.2019).
2. Высоцкий А. В социологии никакого кризиса нет. 14.11.2016. URL: <https://davydov.in/region/sociologiya/aleksej-vysockij-v-sociologii-nikakogo-krizisa-net> (дата обращение 03.03.2019).
3. Давыдов Л. В. Кому и для чего нужны опросы? 14.11.2016. URL: <https://davydov-index.livejournal.com/2930143.html> (дата обращения 04.03.2019).
4. Девятко И. Ф. Методы социологического исследования. Екатеринбург: Урал, 1998. 208 с.
5. Ежемесячный Бюллетень социологических сообщений по г. Воронежу под ред. Н. А. Романович. Воронеж : ИОМ «Квалитас», 2015—05. URL: <http://qualitas.ru/ru/publications/bulletin/2018/March> (дата обращения 05.03.2019).

6. Яковлева Е. Маэстро общественного мнения // ВЦИОМ. 20.09.2007. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=241&uid=8852> (дата обращения 01.03.2019).

7. Яковлева Е. У зеркала: как меняется в России общественное мнение и его изучение // Российская газета — Федеральный выпуск. № 3948. 10.12.2005. URL: <https://rg.ru/2005/12/10/oprosy.html> (дата обращения 05.03.2019).

**А. В. Владимирова**

## **ВЛАСТЬ ЦИФР: РЕЙТИНГИ КАК ИНСТРУМЕНТ ГЛОБАЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

*ВЛАДИМИРОВА Алина Валерьевна — научный сотрудник Центра Юго-Восточной Азии, Австралии и Океании, Институт востоковедения РАН, Москва, Россия*

*E-MAIL: [alina.v.vladimirova@gmail.com](mailto:alina.v.vladimirova@gmail.com)*

*ORCID: 0000-0003-4069-3166*

**Аннотация.** В работе поднимается вопрос о значении рейтингов для мировой политики и акторов глобального управления. Подчеркивается, что на фоне происходящей революции данных возрастает количество подобных отчетов и повышается их важность. Во многом это связано с необходимостью управлять сложными системами, в частности, решать задачи по достижению целей устойчивого развития. Между тем рейтинги сами по себе стали инструментом глобального управления, позволяющими устанавливать новые нормы и правила. Поэтому крайне важно изучать вопросы, касающиеся методологии их создания и практик применения лицами, принимающими решения. Хотя проверить валидность и надежность конкретного рейтинга может быть достаточно сложно, есть определенный перечень основных действий, которые необходимо произвести, например, оценить качество данных, на которых рассчитывались показатели. Кроме того, учитывая специфику тематики этой работы, предлагается затронуть вопросы возможных интерпретаций одного и того же рейтинга под разные политические цели. В целом можно сделать вывод, что использование рейтингов в глобальном управлении требует высокой квалификации и знания методологии научных исследований.

**Ключевые слова:** рейтинг, индекс, глобальное управление, политическая власть, инструменты внешней политики, устойчивое развитие, оценка качества данных, валидность, надежность данных, НАДО данные, FAIR data

Современного человека неизменно окружают порядковые числительные. Классы и ранги влияют на нашу жизнь: за какими-то мы целенаправленно следим, а о каких-то даже не задумываемся. Мы привыкли к тому, что рейтинги активно используются в образовании, маркировке

продуктов, финансовом секторе и т. д., но их распространение и роль быстро возрастают в эпоху революции данных и ускоряющихся процессов цифровизации. Системы оценки и присуждения баллов, недавно бывшие лишь сюжетами фантастических произведений, вроде «Черного зеркала», становятся реальностью. Так, широкая дискуссия, часто идущая в негативном плане, развернулась на тему введения в Китае «Системы социального кредита», низкие позиции в которой могут служить причиной не только отказа в работе в госучреждениях, но даже и в продаже авиабилетов. Между тем ученые считают, что аналогичные системы социальных рейтингов в латентном виде уже существуют и в демократических странах, например, в США, и что в целом нет такого места на Земле, где системы сбора и анализа больших данных не увеличивали бы государственный контроль над индивидом [Creemers et al., 2016].

В своей работе мы, однако, хотели бы поднять вопрос о значении рейтингов для мировой политики и акторов глобального управления. На этом уровне также наблюдается тенденция роста числа отчетов, где приводятся различного рода оценки, вплоть до того, что складывается впечатление, будто аналитические центры и консалтинговые агентства рассматривают создание своих собственных рейтингов как некий обязательный атрибут деятельности. Нельзя отрицать, что такие работы и связанные с ними публикации в общем случае положительно влияют на статус организации и помогают ее продвижению на рынке исследовательских услуг, поэтому мы ожидаем продолжения восходящего тренда их количества.

Очевидно и то, что спрос в данном случае опережает предложение. Рейтинги крайне востребованы лицами, принимающими решения, что вполне обосновано в условиях усложнения систем, которыми им необходимо управлять. Качественными методами провести анализ результатов деятельности подконтрольных структур и дать сравнительную оценку эффективности их работы бывает крайне сложно, и нельзя отрицать, что количественные методы даже с учетом их ограничений часто воспринимаются как дающие большую уверенность в выводах и легче используемые с точки зрения выстраивания аргументации.

Между тем возникает множество вопросов, связанных с принципами создания и выбора конкретного рейтинга для нужд управления, особенно на глобальном уровне. Существует множество методов и методологических подходов, которые позволяют создавать индексы, и нет какого-то единого, признанного лучшим алгоритма. Несомненно, решения каса-

тельно того, как будут анализироваться данные, во многом определяют конечный результат. Таким образом, мы можем смело утверждать, что рейтинги — это еще один из инструментов, позволяющих установить правила и нормы на международной арене. Если политики какого-то государства решают использовать оценочные системы, разработанные в другой стране, то они, осознанно или нет, могут начать руководствоваться внешними по отношению к их культуре ценностными ориентирами. Необходимо четко понимать, что такие последствия могут наступить, хотя это не обязательно плохо или нежелательно.

Так, в качестве примера положительного влияния можно привести рейтинги социальной ответственности. Известно, что в развитых странах глобального Севера требования в этой сфере значительно выше и стандарты проработаны гораздо глубже, поэтому заимствование такого опыта может быть полезным, хотя и во многом проблематичным для других стран. Думается, что несмотря на возможное сопротивление, распространение таких рейтингов крайне важно с учетом поставленных перед мировым сообществом целей в области устойчивого развития (ЦУР). Логично, что в данном случае принципы измерения и оценки должны быть максимально близкими, иначе невозможно будет проводить сравнения и, соответственно, справедливо поощрять или налагать санкции.

Кроме того, необходимо сразу уточнить, что методы — не единственный аспект, который необходимо изучать при оценке валидности и надежности рейтингов. Не стоит забывать, что даже идеально подобранные методики и формулы не позволят прийти к правильным выводам, если анализируемые данные окажутся ненадлежащего качества. В научных кругах этот принцип стал широко известен как «мусор на входе, мусор на выходе». Поэтому еще одной важной составляющей при анализе рейтингов следует считать тщательное изучение индикаторов и данных, выбранных для их расчета.

В свою очередь, это ведет к проблемам, касающимся конкретных практик управления данными, которые будут различаться в зависимости от области, в которой работают специалисты. Очевидно, что требования будут расходиться даже исходя из того, что аналитики в частных компаниях рассматривают данные как ценный ресурс, который должен приносить прибыль, а ученые чаще проводят исследования на средства, получаемые из бюджета, и в идеале результаты их деятельности, включая данные, должны быть доступны и приносить пользу обществу. Соответственно, закономерно встает вопрос, насколько оправдано ожидать, что все со-

здатели рейтингов будут ориентироваться на ценности открытой науки, такие как принципы НАДО данных (FAIR Data Principles) [Hagstrom, 2018], и позволять свободно оценивать качество своих источников информации.

Отдельно также стоит обсудить и возможность использования политическими акторами одного и того же рейтинга для решения разных задач. Интерпретация результатов — тоже творческий процесс, к тому же еще менее ограниченный формальными процедурами, чем выбор данных и методов их анализа. Показательным примером последних лет может быть ситуация с формированием политических дискурсов на тему отказа государства или международной организации от цели налаживания отношений всех со всеми. С одной стороны, это можно рассматривать как провал идей глобализации, а с другой — как их эволюцию. Специалисты в области сетевого анализа могут аргументированно и, конечно, с расчетом соответствующих индексов объяснить международникам, что больше связей — это не всегда лучше, и обратить внимание своих слушателей на центральность по посредничеству, иначе говоря, на преимущества роли «привратника».

Таким образом, приходится констатировать, что эпоха революции данных только обостряет потребность в квалифицированных специалистах в области глобального управления, разбирающихся в научной методологии и уверенно ориентирующихся в процессах, протекающих на всех стадиях проведения научной работы от постановки исследовательского вопроса до интерпретации и представления результатов.

## Список литературы

1. Creemers R., Mattis P., Hoffman S., Crossley P. K. What Could China's «Social Credit System» Mean for its Citizens? *Foreign Policy*. URL: <https://foreignpolicy.com/2016/08/15/what-could-chinas-social-credit-system-mean-for-its-citizens/> (дата обращения: 12.10.2018).
2. Hagstrom S. The FAIR Data Principles. *FORCE 11*. URL: <https://www.force11.org/group/fairgroup/fairprinciples> (дата обращения: 07.12.2018).

**В. В. Токарев**

## **ОСНОВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОЕКТА «ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ РЕЙТИНГ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИХ КОМПАНИЙ-2019»**

ТОКАРЕВ Василий Владимирович — кандидат технических наук, доцент, генеральный директор ООО ЦСМИ «Аналитик», Волгоград, Россия

E-MAIL: vasily-tokarev@yandex.ru

**Аннотация.** В январе-феврале 2019 г. Ассоциацией исследовательских компаний «Группа 7/89» была проведена четырнадцатая волна инициативного исследования «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» (РИК-2019). В тезисах представлены основные рейтинговые показатели, характеризующие восприятие региональными компаниями своих заказчиков в части полевых работ (как правило — столичных исследовательских компаний).

**Ключевые** слова: инициативный проект, профессиональный рейтинг, оценка заказчиков, исследовательские компании, Ассоциация «Группа 7/89»

«Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» (РИК) — инициативный исследовательский проект, который проводится Ассоциацией «Группа 7/89» с 2004 г. [Звоновский, 2005]. Проект РИК традиционно преследует две основные цели:

1. Профессиональное оценивание компаний — заказчиков полевых работ для организаций, размещенных в регионах России.
2. Описание основных характеристик и наиболее показательных тенденций развития региональных рынков социологических и маркетинговых исследований [Дулина, 2017].

В 2019 г. исследование было проведено «Группой 7/89» в четырнадцатый раз. В объект исследования, так же, как и в предыдущие годы, включались две категории компаний:

1. Компании, дислоцирующиеся в регионах России и работающие на рынке PO&MR (в том числе проводящие только проекты полного цикла).
2. Компании (в том числе дислоцирующиеся в Москве и Санкт-Петербурге), выполняющие подряды на полевые работы по заказу других (как правило, более крупных) компаний.

С точки зрения методики и организации проект 2019 г. практически полностью повторял исследование 2018 г. [Токарев, 2018]. Так же, как и годом ранее, этап сбора первичной социальной информации был реализован с использованием онлайн-технологий (респондентам рассылались индивидуальные ссылки для заполнения анкет). Некоторые отличия от исследования 2018 г. могут быть сформулированы следующим образом:

1. До 2017 г. общий список оцениваемых компаний включал в себя не более 40 позиций. Использование онлайн-технологий позволило значительно расширить его (до 60 позиций в 2018 г. и до 67 позиций в 2019 г.). В 2019 г. в список для оценки было включено несколько крупных региональных компаний (например, ВIG из Екатеринбурга, ФСИ из Самары и ярославский «Социс»).

2. Полевыми работами руководили две компании, входящие в состав Ассоциации «Группа 7/89»: «Лаборатория СМИТ» (г. Ижевск, Ирина Янковская) и «Коммерческие консультации и исследования» (г. Пермь, Татьяна Немтинова).

Всего в ходе исследования было опрошено 222 компании, выполняющие подряды на полевые работы, в том числе 214 компаний, дислоцированных в регионах России (вне Москвы и Санкт-Петербурга). Такое количество опрошенных компаний — абсолютный рекорд (предыдущий рекорд был поставлен в прошлом году — 189 заполненных анкет).

Основные результаты, относящиеся к оценке заказчиков полевых работ по пяти видам «ресурсов», представлены в табл. 1. Рейтинги, приведенные в таблице, так же, как и в 2018 г., включают 40 компаний, которые были оценены наибольшим числом респондентов. «Пороговое число» оценщиков для включения компании в итоговый рейтинг составило 40 человек.

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

Ранг	Оценки по ресурсам (10-балльная шкала) и итоговый рейтинг (100-балльная шкала)	Финансовый ресурс		Организационный ресурс		Кадровый ресурс		Технологический ресурс		Символический ресурс		Итоговый рейтинг
		Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	
1	Левада-Центр	7.8	3	8.5	1	8.8	3	7.8	5	8.7	4	85.1
2	Ипсос Комкон / Ipsos Comcon	7.8	2	8.4	2	8.6	6	8.2	2	9.0	2	84.0
3	Фонд «Общественное мнение»	7.9	1	8.2	7	8.5	10	8.3	1	9.1	1	83.0

Ранг	Оценки по ресурсам (10-балльная шкала) и итоговый рейтинг (100-балльная шкала)	Финансовый ресурс		Организа- ционный ресурс		Кадровый ресурс		Техноло- гический ресурс		Симво- лический ресурс		Итоговый рейтинг
		Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	
4	АС Консалтинг / AC Consulting	7.1	13	8.2	8	8.6	7	7.3	14	7.6	15	80.9
5	Институт социологии РАН	7.0	15	8.3	6	9.0	1	7.8	6	8.6	5	80.9
6	ВЦИОМ	7.2	7	8.2	9	8.6	4	7.8	7	8.9	3	80.9
7	О+К	7.4	4	8.1	10	8.6	5	7.5	12	7.9	12	80.2
8	Гфк Русь / GfK RUS	7.0	14	8.0	15	8.2	18	7.6	9	8.6	6	79.3
9	ЦИРКОН, Исследовательская группа	7.3	5	8.4	4	8.9	2	7.8	4	8.4	8	78.7
10	Инсомар	7.3	6	8.0	13	8.5	9	7.3	15	8.0	11	78.5
11	НАФИ Аналитический центр	7.1	11	7.9	18	8.5	8	7.6	11	8.3	10	77.3
12	ВАЛИДЕЙТА / VALIDATA	6.8	20	8.0	16	8.5	11	7.3	16	7.6	17	76.7
13	Эй Си Нильен / ACNielsen	7.1	12	8.1	11	8.4	12	7.6	10	8.3	9	76.7
14	Микс Рисеч / Mix-Research	6.9	18	8.4	3	8.3	14	7.5	13	7.1	20	76.4
15	Комкон Рисеч / COMCON Research	7.0	17	8.3	5	8.3	17	7.7	8	7.7	14	76.3
16	Индекс / Indepth	7.1	10	7.7	24	8.1	22	7.3	17	7.1	23	75.1
17	Точка роста / Tochka Rosta	7.1	9	8.0	14	7.9	29	6.9	24	6.6	32	74.9
18	АРМИ Маркетинг / A/R/M/I Marketing	6.4	24	8.1	12	8.3	15	7.2	19	7.8	13	74.8
19	ФДФ Груп / FDF Group	7.0	16	7.7	22	8.0	23	6.4	36	6.7	27	74.7
20	Мар Консалт	6.8	19	7.8	20	8.2	19	7.1	20	6.9	24	74.5
21	Кантар THC / Kantar TNS	6.2	27	7.7	23	8.1	20	7.9	3	8.6	7	74.4
22	Той-опинион	6.3	26	7.8	21	8.3	16	6.9	23	7.1	22	73.3
23	МИП	6.7	21	7.6	25	8.1	21	6.9	25	6.8	26	73.2
24	Божоле / Vojole Research	6.5	22	7.4	30	8.0	27	7.3	17	7.3	19	73.1
25	МаркетСенс	7.2	8	7.5	26	8.0	24	7.0	21	6.9	25	72.0
26	Аналитика	6.1	29	7.5	27	8.0	26	6.6	32	6.5	34	71.4
27	Фонд социальных исследований	6.5	23	7.9	19	8.4	13	6.7	31	6.7	28	71.2
28	МАСМИ / MASMI Russia	6.1	30	7.3	31	7.8	31	6.9	26	7.4	18	71.2
29	МАГРАМ / MAGRAM Market Research	6.1	28	7.4	28	7.9	28	6.9	22	7.6	16	69.3
30	МАРК Аналитик	6.4	25	7.4	29	8.0	25	6.8	29	7.1	21	68.5

Ранг	Оценки по ресурсам (10-балльная шкала) и итоговый рейтинг (100-балльная шкала)	Финансовый ресурс		Организа- ционный ресурс		Кадровый ресурс		Техноло- гический ресурс		Симво- лический ресурс		Итоговый рейтинг
		Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	Балл	Ранг	
31	Вектор Маркет Рисеч / Vector Market Research	5.8	34	6.9	35	7.6	33	6.9	27	6.1	39	68.4
32	АйЭрДжи / IRG	6.0	31	7.9	17	7.9	30	6.2	38	6.6	30	68.2
33	Фабрика маркетинга	6.0	32	7.3	32	7.6	32	6.5	34	6.6	31	67.0
34	Топ оф Майнд / Top of Mind	5.8	33	7.0	33	7.5	34	6.4	35	6.6	33	65.9
35	Башкирова и партнеры	5.4	37	6.1	40	7.1	39	6.3	37	6.7	28	64.8
36	Социс	5.8	35	7.0	34	7.2	37	6.8	28	6.5	35	64.5
37	Грифон-Эксперт	5.6	36	6.4	37	7.2	36	6.2	40	5.9	40	63.6
38	РАДАР	5.1	38	6.2	39	7.2	38	6.5	33	6.2	37	63.1
39	Астон Консалтинг / Aston Consulting	4.8	39	6.8	36	7.5	35	6.8	30	6.3	36	62.2
40	РОМИР	4.5	40	6.3	38	7.0	40	6.2	39	6.2	38	61.0

Анализ данных, приведенных в таблице, и их сравнение с данными 2018 г. [Токарев, 2018] позволяют сделать следующие выводы:

1. В 2019 г. в итоговых рейтингах заказчиков полевых работ произошли значительные изменения. Эти изменения касаются как самого состава рейтинга (списка 40 компаний, наиболее активно работающих с регионами), так и положения компаний в рейтинге.

2. Самым заметным изменением в составе рейтинга является «исчезновение» из рейтинга «Бизнес-Аналитики» (ныне — «Маркет Контур», в 2019 г. — 26 оценщиков, в 2018 г. — 103), вероятно, вызванное кризисом неплатежей и массовым отказом от работы с компанией; а также вхождение в итоговый рейтинг региональных компаний — «Социса» и «Фонда социальных исследований».

3. Произошли характерные изменения в первых позициях итогового рейтинга: Фонд «Общественное мнение» впервые за период наблюдения уступил первое место «Левада-Центру». Это произошло в первую очередь за счет снижения оценок по показателям «организация совместной работы» (опустился с 1 на 7 место) и «профессионализм и этичность кадров» (переместился с 1 на 10 место). С финансовой точки зрения сотрудничество с ФОМ остается по-прежнему привлекательным (1 место).

4. Изменения в нижней части рейтинга (если не считать «исчезновения» «Бизнес-Аналитики») не столь значительны. Самым существенным является перемещение «Астон Консалтинг» с 25-й позиции в 2018 г.

на 39-ю в 2019 г. Основная причина столь выраженного падения — многомесячные неплатежи региональным подрядчикам, вызвавшие снижение оценок по финансовому, организационному и кадровому ресурсам. Также в нижней части рейтинга оказались впервые вошедшие в него «Грифон-Эксперт» (37 место) и «Социс» (36 место).

Обобщая представленные результаты, можно утверждать, что если в предыдущие годы (примерно с 2014 г. по 2018 г.) изменения в рейтингах исследовательских компаний были скорее «косметическими», то 2018 г. повлек за собой серьезные структурные перемены. Причины этих перемен в первую очередь связаны с выраженными изменениями в технологиях работы с подрядчиками столичных компаний, являющихся основными заказчиками полевых работ в регионах России.

### Список литературы

1. Дулина Н. В., Звоновский В. Б., Токарев В. В. Рынок социологических и маркетинговых исследований в России: состояние, динамика, прогноз // Социологические исследования. 2017. № 12. С. 119—131.
2. Звоновский В. Б. Основные результаты исследования «Рейтинг исследовательских компаний» // Маркетинг и маркетинговые исследования. 2005. № 2. С. 11—20.
3. Токарев В. В. Профессиональный рейтинг исследовательских компаний. основные результаты исследования 2018 года // Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии», 18—19 апреля 2018 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. М. : АО «ВЦИОМ», 2018. С. 105–109. URL: [https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/tezisi\\_2018.pdf](https://wciom.ru/fileadmin/file/nauka/grusha2018/tezisi_2018.pdf) (дата обращения: 10.03.2019).

**Ю. К. Кормушина, А. В. Минькова**

## **АВТОМАТИЗАЦИЯ ОПЕРАТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКОЙ КОМПАНИИ: СОВРЕМЕННЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ**

*КОРМУШИНА Юлия Константиновна — управляющий партнер, MIRACULUM research group, Астрахань, Россия; аспирант кафедры социологии, Астраханский государственный университет, Астрахань, Россия*

*E-MAIL: miraculum.rg@mail.ru*

*ORCID: 0000-0003-0787-3923*

*МИНЬКОВА Анна Васильевна — директор, маркетинговый центр Primemar, Томск, Россия*

*E-MAIL: anna@primemar.ru*

*ORCID: 0000-0001-9624-3872*

**Аннотация.** В статье рассматриваются возможности повышения эффективности оперативной деятельности региональной исследовательской компании в современных условиях. Описан перечень программных решений, позволяющих систематизировать процессы внутри компании и оптимизировать систему учета и контроля под задачи исследовательских проектов разной тематики и сложности. Сделан вывод, что внедрение автоматизации не только позволяет региональной исследовательской компании соответствовать актуальным требованиям, но и помогает находить новые направления развития бизнеса.

**Ключевые слова:** автоматизация оперативной деятельности компании, профессиональные социологические сообщества, профессионализация социолога, профессиональные навыки социолога, региональные исследователи общественного мнения, региональные исследовательские компании

Современные принципы и механизмы реализации исследовательских проектов изменяют условия деятельности исследовательских, в том числе и региональных компаний.

К примеру, цифровизация отрасли исследований, переход к использованию мобильных устройств и возможностей онлайн в полевых работах не только уменьшают сроки на исполнение и расширяют возможности контроля полевых работ, но и диктуют необходимость приобретения со-

циологами как профессиональных навыков, так и средств технического сопровождения проектов. Ко всему прочему, тематическое разнообразие, дифференциация исследовательских проектов по типам и масштабам, для исполнения которых необходимы полевые сотрудники с набором различных, порой нетипичных, компетенций, обуславливают важность эффективного построения системы учета и контроля проектов. Также в условиях ускорения темпа жизни возникает и потребность внедрения возможностей удаленного управления процессами в региональной исследовательской компании.

Учитывая вышесказанное, становится очевидной необходимость трансформации подходов к организации бизнеса. В ядре такой трансформации лежит актуальная для сегодняшнего дня логика автоматизации процессов оперативной деятельности компании. Но многие региональные исследовательские компании в силу специфики и небольших по сравнению с федеральными компаниями размеров бизнеса только находятся на пути к внедрению современных инструментов автоматизации учета организационных, финансовых и технических процессов.

В региональных исследовательских компаниях ежедневно обрабатываются большие объемы разнотипной информации: используются массивные базы данных входящих проектов, участников исследований и полевых сотрудников, ведется учет движения технических устройств, выданных заданий, контроль их исполнения. В настоящий момент существуют доступные возможности использования разнообразных программных продуктов, позволяющих автоматизировать такие задачи. Условно такие программные решения можно разделить на два типа: «общепользовательские» программные решения и специализированные (профильные) программные решения.

«Общепользовательские» программные решения — программное обеспечение или облачное решение, которые используются в координации деятельности не только в исследовательских компаниях, но и компаниях широкого круга специализации и разного типа организационной структуры.

Среди общих программных решений и технологий, позволяющих сотрудникам региональных исследовательских компаний совместно систематизировать и решать операционные задачи, востребованы следующие:

- «Google Документы»<sup>1</sup> и «Google Таблицы» для совместного создания и редактирования таблиц, документов и презентаций.

<sup>1</sup> Бесплатный онлайн-офис «Google Документы». URL: <https://www.google.ru/intl/ru/docs/about/> (дата обращения: 09.03.2019).

- Dropbox<sup>1</sup>, «Яндекс.Диск», «Google Диск»<sup>2</sup> для хранения большого объема операционных данных в облаке с одновременным доступом к ним. Такие облачные технологии позволяют централизованно хранить файлы по проектам и отчетам в одном защищенном месте, доступ к которому есть с любого устройства.
- Trello<sup>3</sup>, Wrike<sup>4</sup>, Basecamp<sup>5</sup> для совместного ведения проектов и управления ими. Такие программы обеспечивают удобную визуализацию процессов, которые могут иметь различные стадии исполнения и позволяют оперативно отслеживать текущее состояние дел в компании с привязкой к сотруднику, сроку выполнения, комментариям и уведомлениям.
- Skype<sup>6</sup>, Hangouts Meet<sup>7</sup>, для коммуникации внутри компании. Такие программы позволяют проводить планерки с удаленными сотрудниками или сотрудниками в командировке, организовывать видеоконференции, онлайн встречи с клиентами из других городов.

Существуют также специализированные (профильные) технологические решения — программное обеспечение или облачное решение, которые создавались сугубо под оперативные задачи региональных исследовательских компаний, в структуре которых немалую роль играют полевые проекты.

Например, в 2018 г. на рынке программного обеспечения появилась программа CloudPoll<sup>8</sup>. Этот продукт разработан для узкоспециализированной деятельности исследовательских компаний с учетом их потребностей и проблем, обладает понятным и гибким пользовательским интерфейсом с широкими возможностями по созданию, редактированию и поиску данных.

<sup>1</sup> Вы пользуетесь Dropbox. Почему бы вашим сотрудникам тоже им не воспользоваться? URL: [https://www.dropbox.com/business/landing-t68fl?\\_tk=sem\\_b\\_google&\\_camp=sem-b-google-emea-ru-eng-exact-structure&\\_kw=drop%20box|e&\\_ad=244667684598|1t1|c&gclid=CjOKCQiA5Y3kBRDwARisAEwIoL57EeGm\\_epeKUWkJRzsT-dxAhojVHfnIOVFSdC2AwWfBwcn8l5NAcaAs60EALw\\_wcB](https://www.dropbox.com/business/landing-t68fl?_tk=sem_b_google&_camp=sem-b-google-emea-ru-eng-exact-structure&_kw=drop%20box|e&_ad=244667684598|1t1|c&gclid=CjOKCQiA5Y3kBRDwARisAEwIoL57EeGm_epeKUWkJRzsT-dxAhojVHfnIOVFSdC2AwWfBwcn8l5NAcaAs60EALw_wcB) (дата обращения: 07.03.2019).

<sup>2</sup> Файловый хостинг «Google Диск». URL: [https://www.google.com/intl/ru\\_ALL/drive/](https://www.google.com/intl/ru_ALL/drive/) (дата обращения: 09.03.2019).

<sup>3</sup> Программа для управления проектами Trello. URL: <https://trello.com> (дата обращения: 01.03.2019).

<sup>4</sup> Корпоративный онлайн-сервис для совместной работы и управления проектами Wrike. URL: [https://www.wrike.com/ru/?ga\\_campaign=RU+|+SRCH+|+Brand+|+EN+|+RU+LT&ga\\_adgroup=Wrike&ga\\_key\\_word=wrike&gclid=CjOKCQiA5Y3kBRDwARisAEwIoL51xWdvZ55PDHJ-YAzqFdISgTv8KknmezpiUciVji3cYvKSCTRhd-gaAqV3EALw\\_wcB](https://www.wrike.com/ru/?ga_campaign=RU+|+SRCH+|+Brand+|+EN+|+RU+LT&ga_adgroup=Wrike&ga_key_word=wrike&gclid=CjOKCQiA5Y3kBRDwARisAEwIoL51xWdvZ55PDHJ-YAzqFdISgTv8KknmezpiUciVji3cYvKSCTRhd-gaAqV3EALw_wcB) (дата обращения: 06.03.2019).

<sup>5</sup> Инструмент для управления проектами Basecamp. URL: <https://basecamp.com/> (дата обращения: 04.03.2019).

<sup>6</sup> Инструмент для связи с бесплатными звонками и чатом Skype. URL: <https://www.skype.com/ru/> (дата обращения: 03.03.2019).

<sup>7</sup> Сервис для видеоконференций Hangouts Meet. URL: <https://gsuite.google.ru/intl/ru/products/meet/> (дата обращения: 09.03.2019).

<sup>8</sup> Система автоматизации деятельности региональных исследовательских компаний CloudPoll. URL: <https://cloudpoll.ru/Account/Login?ReturnUrl=%2F> (дата обращения: 25.02.2019).

Разделы программы являются информационными объектами и отражают направления работы исследовательской компании — клиенты, проекты, волны проектов, полевые сотрудники, работы полевых сотрудников, оборудование, базы респондентов, базы экспертов, справочная информация.

Все информационные объекты в программе логически взаимосвязаны. Это позволяет отслеживать все этапы реализации проектов и бизнес-процессов. Каждый проект привязывается к конкретному клиенту и может в случае необходимости быть разбит на волны.

В разделе «Полевые сотрудники» аккумулируется личная информация о сотруднике, его контакты, а также статус, говорящий о том, какой тип проектов готов выполнять сотрудник. Раздел «Работы полевых сотрудников» — это динамика выполнения заданий сотрудником. В этом разделе менеджер ведет учет выдачи и приемки работ, начисления выплат, премий и штрафов. Все проектные расходы аккумулируются в разделе «Финансовый учет», который дает представление о доходности проектов и размере дебиторской задолженности.

Почти каждая компания имеет на балансе ряд технических устройств, таких как планшеты, переносные зарядные устройства, диктофоны, фотоаппараты. Раздел «Оборудование» помогает отслеживать текущий статус конкретного оборудования («выдан в работу» или «находится в офисе»), а также кем, кому и для выполнения какого проекта оборудование было выдано.

Стоит также отметить, что CloudPoll за счет возможностей ведения различных баз расширяет направления деятельности региональных исследовательских компаний — позволяет создавать региональные онлайн-панели из участников, проживающих в небольших по численности городах. Программа дает возможность аккумулировать базу респондентов, а также копить и сохранять данные об опрошенных экспертах для дальнейшего рекрута и опроса.

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод, что внедрение различных решений по автоматизации бизнес-процессов способствует решению региональной исследовательской компанией задач по повышению эффективности организации работы, роста производительности труда, снижению расходов, укреплению конкурентных позиций в своей нише и поиску новых направлений деятельности. Более того, принятие и профессиональное внедрение принципов и механизмов автоматизации — маркер профессионального развития социолога и исследователя общественного мнения в современных условиях.

**А. В. Чернов**

## ИНФЛЮЭНСЕР ПРОТИВ ЛОМА?

*ЧЕРНОВ Александр Валентинович — доктор философских наук, профессор Гуманитарного института, Череповецкий государственный университет, Череповец, Россия*

*E-MAIL: avchernov@bk.ru*

**Аннотация.** Понятие «инфлюэнсер» (от англ. Influencer) переходит из узко профессионального жаргона рекламщиков, пиарщиков, специалистов по SMM в повседневный речевой обиход участников и организаторов различных видов социальных коммуникаций. В статье ставится вопрос: является ли это словоупотребление проявлением изменчивой языковой моды, следовательно, феноменом непринципиальным, временным, воспроизводимым «для хайпа» (из того же новояза)? Или оно отражает какие-то значимые изменения, происходящие в эпоху дигитализации, влияющие на статусы всех участников коммуникации: отправителей, получателей сообщений, медиа и т. д.?

Для ответа автор сравнивает в сегодняшней языковой прагматике традиционное понятие «лидер общественного мнения» (ЛОМ) и вновь появившееся «инфлюэнсер», выделяет четыре основных группы отличий: приоритетные медиаплатформы, персонификация/анонимность, регламентированность/неформальность, фиксированная аудитория/виральность.

**Ключевые слова:** инфлюэнсер, лидер общественного мнения, актуальные публичные коммуникации

Понятие «инфлюэнсер» (от англ. Influencer) уверенно переходит из узко профессионального жаргона рекламщиков, пиарщиков, специалистов по SMM в повседневный речевой обиход участников и организаторов различных видов социальных коммуникаций. Является ли это словоупотребление проявлением изменчивой языковой моды, следовательно, феноменом непринципиальным, временным, «для хайпа» (из того же новояза) [Селебрити лингвист-инфлюэнсер..., 2019] воспроизводимым? Или оно отражает какие-то значимые изменения, происходящие в эпоху дигитализации, влияющие на статусы всех участников коммуникации: отправителей, получателей сообщений, медиа и т. д. [Экспертиза..., 2018]?

Сравним в сегодняшней языковой прагматике традиционное «лидер общественного мнения» (ЛОМ — в жаргоне политтехнологов) и вновь появившееся «инфлюэнсер». Первое возьмем в классической трактовке Лазерсфельда, выделившего категорию лидеров мнения (*opinion leaders*). Современные практики категорию модернизировали и расширили, отнеся сюда весь спектр социально активных личностей, способных своей авторитетной позицией воздействовать на мнение и, в итоге, на поведение других. В исходном значении лидер общественного мнения связан с медиа, поскольку выступает посредником между СМИ и теми или иными социальными группами.

Понятие «инфлюэнсер» употребляется в близких смыслах, хотя в разных контекстах приобретает специфические коннотации. Инфлюэнсер на биржевом рынке не совсем то, что инфлюэнсер — бьюти-влогер. Но общего здесь все же больше, чем различий. Это и позволяет в определенном смысле говорить о формирующейся оппозиции «инфлюэнсер — ЛОМ».

Первое — естественная для инфлюэнсеров цифровая среда. Необходимое, хотя и недостаточное условие выделения категории. И лидеры общественного мнения сегодня действуют на различных медиаплатформах, включая цифровые. Но, как правило, социальные сети вторичны в системе их медиаприоритетов и медиапредпочтений. Платформы «больших медиа» регламентированы законодательством (рекламным, электоральным и т. д.) и предпочитающие их спикеры ограничены в своих коммуникативных активностях. Например, они не могут влиять на поведение потребителей, продвигать товары и услуги не на правах рекламы, а в формате *product placement*, не нарушая рекламного законодательства. Отсюда отток рекламных бюджетов в блогосферу, расцвет нативной рекламы и т. д. Но появляются и новые возможности для региональных акторов социальной сферы, не имеющих доступа к «большим медиа».

То есть между инфлюэнсером и ЛОМом, при всех оговорках, есть разница в регламентированности медиаплатформы, на которой они представлены, во многом определяемая действующим законодательством в области СМИ и смежных областях.

Второе существенное различие — персонификация и анонимность. ЛОМ — лицо конкретное, авторитетное, с биографией и бэкграундом. Инфлюэнсер часто анонимен, действует под маской, порой пародийной. Это распространяется не только на анонимные Telegram-каналы, но и на многие другие медиаплатформы. Анонимность может носить условный характер, персона за маской может легко узнаваться или, на-

против, не считываться без специальных усилий. Но установка на анонимность, неформальность суждения, мнения присутствует даже во вполне авторизованных источниках. Особый собирательный тип демассифицированного и в то же время коллективного коммуникативного субъекта демонстрируют многочисленные «отзовики», все чаще определяющие потребительский выбор.

Третье различие — установка на виральность, то есть способность к вирусному распространению. Инфлюэнсер по определению ориентирован на нее, и в случае профессиональной деятельности специально структурирует контент оптимальным образом, не только способный заинтересовать и породить желание поделиться, но и предоставляющий все удобства распространения для пользователя [Influencer Marketing..., 2019]. Традиционные медиа работают со своей аудиторией, регламентированы законодательством, «обременены» авторским и другими правами, следовательно, далеко не весь контент в принципе предназначен для свободного распространения.

Различия можно продолжить, но даже эти четыре дают основания для противопоставлений:

- среда преимущественного обитания: «большие медиа» vs соцсети и мессенжеры,
- персонификация vs анонимность,
- регламентированность высказывания vs свобода высказывания (ощущаемая, не обязательно фактическая),
- фиксированная аудитория СМИ vs виральность.

Эффективные коммуникативные стратегии ЛОМов и инфлюэнсеров имеют существенные отличия. Попытки наливать новое вино в ветхие мехи, механически подменять субъект коммуникаций, не меняя всех формально-содержательных компонентов коммуникационного процесса приводят к анекдотическим ситуациям. Например, попытка включения инфлюэнсеров в традиционные электоральные модели (блогеры в избирательном процессе) и попытка использовать ресурс инфлюэнсера для рекламного продвижения чуждого контента (наука и инста-блогинг).

## Список литературы

1. Селебрити лингвист-инфлюэнсер, СТО, СРО и руководитель из Яндекса ревьюят челенджи и консерны айтишной речи // Яндекс-Дзен. 2019. URL: <https://zen.yandex.ru/media/id/5c5d87063abb1200adf778f4/celebritlingvistinfluenser-sto-sro-i-rukovoditel-iz-iandeksa-reviuiat-chelendji-i->

[konserny-aitishnoi-rechi-5c62b3406a982800ada5da0a](#) (дата обращения: 10.03.2019).

2. Экспертиза: Топ-5 трендов в influencer marketing от DEPARTAMENT Sostav. 16.01.2018. URL: <https://www.sostav.ru/publication/ekspertiza-top-5-trendov-v-influencer-marketing-29968.html> (дата обращения: 10.03.2019).

3. Influencer Marketing в России: рассказывают эксперты // GeekBrains. 31.01.2019. URL: [https://geekbrains.ru/posts/influencer\\_marketing\\_howto](https://geekbrains.ru/posts/influencer_marketing_howto) (дата обращения: 10.03.2019).

**Е. А. Белик**

## **ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ДИАГНОСТИКИ ЛАТЕНТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТЕРРОРИСТИЧЕСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ В ИНТЕРНЕТЕ**

*БЕЛИК Елена Александровна — аспирант кафедры социологических наук, Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия*

*E-MAIL: eabelik@mail.ru*

*ORCID: 0000-0003-1473-2192*

**Аннотация.** В статье рассматриваются способы и инструменты достижения целей террористическими организациями, трансформированные с учетом новых приемов и практик социально-политического взаимодействия, заданными глобальной виртуализацией и динамичной визуализацией социального пространства. Практическими примерами проиллюстрирована результативность пропагандистской деятельности террористических организаций «Аль-Каида» и «Исламское государство» (деятельность организаций в Российской Федерации запрещена) в интернете, а террористическая угроза рассмотрена с точки зрения «идеологического оружия» (концепции и идеи оправдания терроризма). Обращается внимание на то, что своевременное выявление условий, способствующих формированию террористических проявлений в современном обществе, в том числе в виртуальном пространстве, является сложным, многомерным действием, требующим сочетания различных факторов. В условиях современного глобализирующегося постмодернистского общества одной из задач социологов становится создание организационно-управленческих условий, исключающих деструктивное поведение, в том числе в виртуальном пространстве, ставшем неотъемлемой частью социального пространства. В статье приводятся данные Центра изучения этноконфессиональных конфликтов и противодействия экстремизму в молодежной среде, созданного на базе Кемеровского государственного университета. На основании полученных выводов предлагается использование возможностей социологической диагностики для выявления и корректировки точек напряженности и прогнозирования отдаленных последствий пропагандистской деятельности в целях формирования безопасного социального пространства.

**Ключевые слова:** социально-политические коммуникации, трансформируемое социальное пространство, террористические организации, «виртуальный джихад», сетевые исследования

Системное распространение процесса виртуализации на все сегменты социальной структуры общества влечет за собой трансформацию социальных, экономических и культурных отношений, доминирование мультимедийной культуры над традиционной. Повсеместное применение новых коммуникационных технологий переместило большую часть реальной жизни в виртуальное пространство. Однако возможности трансформируемого социального пространства могут использоваться для достижения различных целей, в том числе деструктивных.

В условиях «немедленной видимости» особенно результативным становится распространение концепций, мотивирующих к участию в террористической деятельности. Терроризм подобен вирусу, поскольку способен также быстро распространяться, стремительно мутировать и приспосабливаться к окружающей среде [Бодрийяр, 2017: 97]. Под влияние идей радикализации, массово распространяющихся в интернете, равно подпадают как мужчины, так и женщины. Роль последних может заключаться не столько в совершении террористических актов, сколько в «сопровождении» терроризма. В качестве примера «женского виртуального джихада» приведем журнал «Аль-Шамика» (с арабского «Величественная женщина»), издаваемый террористической организацией «Аль-Каида». Этот журнал, прозванный «Космоджихад» (по аналогии с журналом *Cosmopolitan*), содержит советы по красоте и моде вперемешку с советами по использованию поясов смертников; интервью с женами террористов и рекомендации, как растить детей, готовых отдать свою жизнь за веру [Аль-Каида создала..., 2011]. Через интернет также распространяется журнал «Inspire» (с англ. «внушать»), созданный, чтобы вдохновить мусульман на борьбу с «врагами Ислама» [Перемитин, 2015].

Изучая риски в рамках теории рефлексивного модерна, британский социолог Э. Гидденс описывает рукотворные риски в контексте чрезвычайно возросшей скорости изменений всех социальных процессов в обществе [Giddens, 1990: 124—126]. В условиях непрерывной онлайн-коммуникации пропаганда как средство контроля, направленного на изменение стандартов социального поведения, тем более эффективна в отношении молодежи. Вот лишь одна иллюстрация вербовки (интервью уроженца г. Грозного Саида М. (22 года): *«Два года назад я отправился в Сирию*

*воевать на стороне джихадистов. Мой путь начался с видеороликов, приходивших по Viber, Whatsapp, в социальные сети. У всех роликов один сюжет — как в Сирии убивают женщин, детей; один посыл — «Где же вы, настоящие мусульмане, вы должны заступиться за единоверцев...». Я сначала не обращал внимания на призывы, потом задумался, вступил в тематическую группу, списался с ребятами. Где-то через полгода я подумал: если бы в моем городе такое случилось, может, кто-то бы пришел на помощь и мне? Поддавшись этим настроениям, я уехал» [Гнединская, 2015].*

В 2018 г. 99 учеников и студентов российских ВУЗов стали фигурантами уголовных дел об экстремизме. По словам главы Следственного комитета России А. Бастрыкина, «из 894 экстремистов 282 — это молодые люди, большая часть которых была завербована в соцсетях и чатах, являющихся ‘главным инструментом вербовки’» [Бастрыкин назвал..., 2018].

Специфика интернет-пространства заключается в возможности практически безграничного его наполнения визуальными образами и символами, обеспечивающими трансляцию информации и идей, а также выполняющими функцию укрепления групповой солидарности. И даже если деятельность террористической группы не достигает своей номинальной цели, это не означает, что влияние символов неэффективно. Их результативность заключается в принятии и распространении идеологии террора, увеличении нетерпимости к другим этническим группам, пробуждении желания сражаться за идею и т. п. В качестве примера приведем данные властей США, согласно которым несколько тысяч американцев «потребляют» пропаганду запрещенного в России «Исламского государства» (ИГ) онлайн. В докладе «ИГИЛ в Америке: от Ретвита до Ракки», опубликованном Университетом Д. Вашингтона, проанализированы учетные записи почти 400 американских последователей ИГ и установлено, что социальные медиа играли решающую роль в их радикализации. Даже такая незначительная деталь, как аватар — это зеленые птицы (так называют погибших террористов-смертников), синий лев (популярный исламский символ храбрости) или черный флаг ИГ [Vidino, Hughes, 2015].

В интернете создается новая социальная среда, в которой неприемлемые взгляды и поведение могут быть нормализованы за счет кажущейся «несущественности», «нематериальности». Однако сопровождение и целенаправленное использование пропаганды как средства коммуникации влечет за собой поддержку и принятие экстремистских идей с последующей их реализацией в мире материальном.

При этом на первоначальной стадии девиантное поведение носит характер латентного и может быть выявлено, в том числе, в процессе социологической диагностики, позволяющей скорректировать точки напряженности и спрогнозировать отдаленные последствия пропагандистской деятельности. Приведем некоторые результаты работы Центра изучения этноконфессиональных конфликтов и противодействия экстремизму в молодежной среде, созданного на базе Кемеровского государственного университета. С 2015 г. Центр на постоянной основе проводит региональный мониторинг экстремистских проявлений и настроений среди молодежи в возрасте от 12 до 26 лет (методика разработана кандидатом исторических наук, доцентом КемГМУ В. В. Шиллером). Точками напряженности определены приверженность или положительное отношение к деструктивным религиозными или псевдорелигиозным культурам; позитивное отношение к публичной демонстрации нацистской атрибутики или символики; положительное отношение к идеологии национализма и др. [Сборник материалов, 2018: 63—67].

Полученные данные по состоянию на 2017 г. свидетельствуют о росте показателей «положительное отношение к славянскому язычеству» и «национализм»; по состоянию на сентябрь 2018 г. установлено отсутствие у более половины респондентов конфессиональной идентичности, что свидетельствует об уязвимости для пропаганды деструктивных идей на религиозной основе.

Изменение условий развития современного общества влечет за собой возникновение новых задач для социологов. В том числе это содействует формированию среды, исключая «интернет-поддержку» терроризма. Использование средств верификации контента не может в полной мере нивелировать террористические угрозы и пропаганду, поскольку интернет состоит из множества замкнутых социальных систем. При таких обстоятельствах возможности социальной диагностики должны использоваться для определения сущностной характеристики явлений и процессов, а результаты «социологического вмешательства» — иметь практическое воплощение, в том числе путем формирования безопасного пространства, в котором возможность террористической деятельности будет сведена к минимуму.

## Список литературы

1. Бастрыкин назвал число дел об экстремизме против школьников // Информационное агентство РБК. 2019. URL: <https://www.>

[rbc.ru/rbcfreenews/5c793e599a79472597f3336d](http://rbc.ru/rbcfreenews/5c793e599a79472597f3336d) (дата обращения: 10.03.2019).

2. Бодрийяр Ж. Дух терроризма. Войны в заливе не было / пер. с фр. А. Качалова. М. : РИПОЛ классик. 2017. С. 226.

3. Гнединская А. Как вербует смерть // Московский комсомолец. 2015. № 26830. URL: <https://www.mk.ru/social/2015/06/08/sbezhavshiy-iz-igil-rossiyanin-rasskazal-o-svoey-zhizni-u-dzhikhadistov.html> (дата обращения: 10.03.2019).

4. Аль-Каида создала собственный журнал для женщин // Информационно-новостной портал 100news.net. 2011. URL: <http://100news.net/al-kaida-sozdala-sobstvennyj-zhurnal-dlja-zhenwin.html> (дата обращения: 10.03.2019).

5. Перемитин Г. Журнал «Аль-Каиды» назвал целями террористов Баффета и Гейтса // Информационное агентство РБК. 2015. URL: <https://www.rbc.ru/society/10/09/2015/55f11f859a79475336c96f02> (дата обращения: 10.03.2019).

6. Сборник материалов «Противодействие идеологии терроризма в образовательной сфере и молодежной среде». М. : МГИМО-Университет, 2018. С. 246.

7. Giddens A. Consequences of modernity. Cambridge: Polity Press. 1990. P. 188.

8. Vidino L., Hughes S. ISIS in America: from retweets to Raqqa. George Washington University. 2015. P. 37.

**В. И. Ильин**

## ЭКЗИСТЕНЦИАЛЬНАЯ СОЦИОЛОГИЯ КАК СОЦИОТЕРАПИЯ

*ИЛЬИН Владимир Иванович — доктор социологических наук, профессор, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия*

*E-MAIL: ivi-2002@yandex.ru*

**Аннотация.** Целью данного доклада является поиск ниши, в которой социолог, не уходя в сторону от научных исследований, превращается из зависимого от работодателя бюджетника в автономного субъекта, работающего напрямую с обществом. Одной из таких ниш является экзистенциальная социология, отвечающая на вопросы не государства и бизнеса, а массы индивидов, пытающихся разобраться в запутанных социальных ситуациях своей жизни. Глубинное интервью как способ сбора эмпирических данных в таком исследовании может выполнять для информанта функцию социотерапевтического сеанса (здесь ответ на вопрос «Зачем мне это нужно?»), позволяющего ему с помощью вопросов интервьюера разобраться с той или иной своей проблемой. Логика такого сеанса схожа с логикой психоанализа и психотерапии, но фокус сдвигается с состояния психики на социальные микроситуации, которые информант определяет как проблемные. Возникновение социотерапевтического феномена существенно влияет и на исследовательское интервью. Информант становится заинтересованным участником совместного поиска интересных для обеих сторон ответов. Это позволяет получить гораздо более откровенную и полную информацию, а также стимулировать информанта не пассивно отвечать на вопросы, а активно размышлять над обсуждаемыми проблемами, так как это нужно не только исследователю, но и ему. Такая техника перспективна в первую очередь в сфере исследований повседневной жизни, однако с существенно большими трудностями, интервью как социотерапия возможно и в исследованиях многих сфер, где эксперт распутывает ситуацию, интегрированную в его личный статус. В перспективе социотерапевтическая функция может обрести самостоятельный характер, став рыночной услугой, как это уже произошло в психологии.

**Ключевые слова:** экзистенциальная социология, целевая группа, глубинное интервью, социотерапия, ситуация, повседневность

## **Благодарность.** Исследование поддержано РГНФ/ РФФИ (грант № 17-33-00063).

Важнейшим аспектом любой науки является создание текстов, через которые она доносит свои результаты адресату. В социологии с момента ее возникновения в качестве адресата выступали преимущественно академическое сообщество и в наивном варианте — элиты (властвующие или оппозиционные). Парадоксальным образом «наука об обществе» с самим обществом никогда говорить не стремилась. В лучшем случае допускался монолог. Это, разумеется, не декларировалось, однако доминирующий язык социологии, понятный только для своих, откровенно говорит о ее целевой группе. И этим она сильно отличается от психологии, в которой давно произошло переосмысление ориентиров.

Призыв М. Буравого [Буравой, 2009] через публичную социологию сменить адресата — это не просто заявка на еще одну декларацию в череде «поворотов», из которых состоит история данной науки. Это вопрос ее выживания. Власть и бизнес как держатели основных ресурсов прекрасно обходятся без социологии (если, разумеется, в ее научное поле не включать сбор статистики о состоянии общественного мнения и потребительских практиках). Академическое же сообщество не способно к созданию существенного внутреннего платежеспособного спроса на свою продукцию, который бы обеспечил ей автономное воспроизводство. Социология — по своей природе критическая наука, и это неизбежно порождает осторожное или даже враждебное отношение к ней власти, как политической, так и экономической. Эта проблема снимается через формирование обслуживающей социологии, которая вполне закономерно соскальзывает с логики науки в логику бюрократии.

Поворот к экзистенциальной социологии — это не только вопрос сдвига в ее предмете, но и вытекающий из него поворот в сторону иных целевых групп. Что же из себя представляет собой тренд, который П. Штомпка определил как поворот к экзистенциальной повседневности [Штомпка, 2009]?

Во-первых, это сдвиг в предмете исследования. В центре экзистенциальной социологии не просто повседневность, а поиск людьми смыслов в этом мире, который часто предстает им как бессмысленный. Как пишут Дуглас и Джонсон, экзистенциальная социология начинается с конкретных, социально определенных ситуаций, порождающих опыт, и лишь потом пытается построить более обобщающие, абстрактные теоретические схемы, объясняющие социальную жизнь [Douglas, Johnson, 1977].

Это не просто социология повседневности. В центре экзистенциального подхода стоит противоречие человека, стоящего на перекрестке, где разные пути открывают разные (часто непредсказуемые) возможности, риски и тупики. Он, с одной стороны, рвется к свободе, но с другой — живет в клетках социальных структур [Ильин, 2016]. Индивид делает выбор, принимая на себя ответственность за его последствия. При этом даже в камере-одиночке не уйти от выбора.

Во-вторых, такой сдвиг в предмете меняет целевую читательскую и зрительскую аудитории. Вопросы о том, как люди выживают в повседневной реальности, могут быть интересны для любого индивида, который хочет учиться на чужих, а не на своих ошибках. Осмысление своего прошлого превращает его в опыт как систему технологий выживания в обществе и природе. Такой поворот к экзистенциальной повседневности позволяет социологии влиться в мощную нишу интеллектуальной продукции, обеспечивающей все возрастающий спрос на технологии саморазвития. Это уровень просветительской социологии, открытый для любой ее отрасли.

Поворот к публичной экзистенциальной социологии отнюдь не означает вытеснение академических исследований популяризаторством. Для того, чтобы популяризировать актуальное для широкой публики научное знание, надо его иметь. Социология, чтобы эффективно вписаться в жизнь общества, должна превратиться в систему воспроизводства знаний о жизни. А такая система включает в себя разные звенья: и производство теорий, и их превращение в технологии, и их продвижение на рынок, и их потребление. Только идя по такому пути, социологи могут превратиться из бюджетников, чья судьба целиком зависит от воли чиновников, в самостоятельных социальных субъектов, говорящих напрямую с изучаемым ими обществом.

В-третьих, методология и методика экзистенциальной социологии существенно меняет процесс получения данных и их качество. В позитивистски ориентированной социологии между исследователем и респондентами пропасть. В большинстве количественных исследований они даже не встречаются лицом к лицу, исключая стадию пилотажа, в которой участвуют далеко не все члены команды. Социолог (обычно не сам, а через посредников) собирает данные. Респондентам отводится пассивная роль источников информации. При такой пропасти респонденты не видят никакого смысла в своем участии, что порождает серьезные проблемы выборки.

В качественных исследованиях пропасть существенно уменьшается. Здесь возможности использования технических работников в качестве посредников заметно ограничены. Однако и тут типична ситуация взаимодействия активного исследователя и пассивного информанта, который не понимает, зачем ему надо тратить время на это интервью. Смысл исследования обычно выводится за пределы понимания информанта.

Однако при проведении глубинных интервью нередко возникает ситуация разрушения коммуникативной иерархии и превращения интервью в заинтересованную беседу двух равноправных партнеров, каждый из которых находит в ней свой интерес. Для исследователя это глубинное интервью, позволяющее заглянуть гораздо глубже в жизнь и сознание человека, чем стандартное интервью, в котором информант четко контролирует степень своей открытости. Однако удачное глубинное интервью запускает процесс возникновения качественно новой ситуации — социотерапевтического сеанса. Он уже нужен не исследователю, а самому информанту, который с помощью вопросов интервьюера (если, конечно, они удачны) начинает разбираться в хитросплетениях своей жизни. Для этого ему приходится запустить исследователя в нее на такую глубину, на которую не допускались даже интимно близкие люди. Как и в психоанализе, удачное распутывание осуществляется не через подсказки и советы, а через вопросы, с помощью которых информант сам распутывает узлы. Интересы двух собеседников разные, но они органично переплетаются: исследователю надо понять логику и обстоятельства микрособытий, что предполагает создание ситуации, в которой информант не позирует, не утаивает, не ленится размышлять. А для этого тот должен быть заинтересован в беседе не меньше, а даже больше, чем интервьюер. Для информанта такое интервью обретает смысл как сеанс социотерапии.

Разумеется, далеко не всегда исследователь стремится к глубине, которая может казаться избыточной. Уход в нее тормозит исследование: например, вместо оперативного интервьюирования нескольких информантов имеет место одно интервью, растянутое на несколько встреч. Есть и более серьезные риски: далеко не каждый интервьюер может удерживать такую беседу под своим контролем и не позволять ей уходить далеко в сторону от предмета исследования. Поддержание баланса интересов требует искусства, адаптации технических приемов к условиям уникальной ситуации.

Однако если этот риск удастся преодолеть, исследователь получает более ценные данные. В ходе распутывания экзистенциальных ситуаций

данные, полученные в самом начале интервью, обретают новые, порой противоположные смыслы за счет расширения контекста. И здесь приходит понимание того, насколько поверхностны были бы выводы, если бы интервью не переросло в сеанс социотерапии.

Что такое социотерапия? Ее логика схожа с той, которая типична для психоанализа и психотерапии. Однако в данном случае предметом терапии является не психика, а индивид в социальной ситуации. Терапия состоит в помощи человеку в распутывании жизненных ситуаций через выявление их глубинных причин, контекста факторов, мотивов, способов осмысления происходящего и т. д.

### **Список литературы**

1. Буравой М. Приживется ли «публичная социология» в России? // *Laboratorium*. 2009. № 1. С. 162—170.
2. Ильин В. И. Методологический поворот к экзистенциальной повседневности // *Проблемы теоретической социологии*. СПб. : Издательство Санкт-Петербургского государственного университета, 2016. С. 148—164.
3. Штомпка П. В фокусе внимания повседневная жизнь. Новый поворот в социологии // *Социологические исследования*. 2009. № 8. С. 3—13.

**К. А. Платонов, Д. И. Юдина**

## **ОШИБКИ ИНТЕРПРЕТАЦИЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКИХ ПРЕСС-РЕЛИЗОВ В РОССИЙСКИХ ИНТЕРНЕТ-СМИ**

*ПЛАТОНОВ Константин Аркадьевич — кандидат социологических наук, социолог Центра социологических и интернет-исследований, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия*

*E-MAIL: pltnv@list.ru*

*ORCID: 0000-0001-9659-5894*

*ЮДИНА Дарья Игоревна — социолог Центра социологических и интернет-исследований, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия*

*E-MAIL: d.yudina@spbu.ru*

*ORCID: 0000-0002-6603-0697*

**Аннотация.** Социологический пресс-релиз — сложный жанр, предполагающий соблюдение всех методологических и этических требований, предъявляемых к публикации научных исследований, одновременно с требованиями к понятности и доступности текста для аудитории. Журналистские тексты, основанные на данных социологических опросов, нередко критикуются как в России, так и во всем мире за неточность, фрагментарность и сенсационализм. Целью представленного пилотажного исследования было выяснить, насколько распространены ошибки различных типов в новостях интернет-СМИ, основанных на официальных пресс-релизах СПбГУ, опубликованных по результатам опросов Центра социологических и интернет-исследований. Авторы выделяют три ключевых разновидности ошибок: смысловые искажения, неточности формулировок, ошибки подвыборки, смелые обобщения и стилистические ошибки. В выборку вошли новости, созданные на основе релизов по данным телефонных опросов по четырем темам: «День без интернета», «Новый год 2019», «Труд» и «Чемпионат мира по футболу». Использовался метод качественного контент-анализа, все тексты были размечены вручную. В заключении представлены рекомендации по оптимизации текстов пресс-релизов с целью снижения риска возникновения ошибок при интерпретации.

**Ключевые слова:** СМИ, пресс-релиз, пресс-служба, интерпретация данных, опросы, контент-анализ

Написание качественных социологических пресс-релизов — непростая задача для аналитических служб и исследовательских компаний. Ее сложность связана не только с поиском доступного правильного языка, отражающего смысл статистических данных и выборок, но и с минимизацией рисков противоречивой интерпретации тех или иных тенденций и фактов, обнаруженных в ходе исследования. Когда социологический текст распространяется в виде журналистских интерпретаций, содержание его, в той или иной мере, неизбежно искажается [Walum, 1975]. Помимо искажений существует и множество других типичных негативных эффектов, в том числе таких как сенсационализм, упущение важных деталей и селективность [Haslam, Bryman, 1994].

Многие интернет-СМИ используют в качестве «исходников» официальные пресс-релизы опросов. Несмотря на то, что ряд исследований содержат выводы о том, что культура публикации социологической информации в журналистских текстах постепенно растет [Аникина, 2011], журналисты по-прежнему допускают самые разные ошибки. Социологические тексты, публикуемые в российских СМИ, также критиковались за фрагментарность и неполноту методической информации [Зурабишвили, 2002].

Центр социологических и интернет-исследований СПбГУ регулярно проводит телефонные экспресс-опросы (метод CATI) на резонансные для петербуржцев темы, результаты этих исследований попадают в СМИ, при этом нередко подвергаясь вольной интерпретации.

В данном исследовании мы решили посмотреть, что происходит с информацией, содержащейся в интерпретациях интернет-СМИ: какие ошибки чаще всего можно найти в этих текстах и как можно доработать паттерны построения исходных пресс-релизов для максимальной понятности, точности и доступности для журналистов и широкой аудитории.

- RQ1. Каковы типичные ошибки в новостях, сделанных на основе пресс-релизов?
- RQ2. Какие формулировки и обороты чаще всего провоцируют ошибки?

Разведывательный анализ показывает, что среди типичных ошибок можно выделить следующие наиболее распространенные разновидности.

1. Ошибка подвыборки: ошибка, связанная с указанием неправильной подгруппы: как правило, данные по выборочной доле приписываются всей совокупности респондентов. «При этом каждый пятый житель города (23,1 %) не пользуется соцсетями» [Опрос: 11 % петербуржцев..., 2019]

(Не пользуется соцсетями **23,1 % пользователей интернета**, а не жителей города).

2. Смелое обобщение обычно связано с построением далеко идущих выводов на основе отдельной тенденции. «*При этом в Петербурге, видимо, стало не модно быть блогером. Если в прошлом году больше 9 % жителей города вели свои странички, то в этом уже только 6,6 %*» [Социологи СПбГУ: Каждый десятый житель..., 2019].

3. Смысловое искажение: грубое перефразирование вопроса, некорректное описание результатов или формулировки ответа, меняющее смысл. «*Трое из четырех жителей Петербурга зарегистрированы в соцсетях и тратят на Интернет по 5 часов в день*» [Трое из четырех жителей Петербурга..., 2019] (формулировка приписывает данные по двум несвязанным вопросам одной подвыборке).

4. Неточная формулировка — менее серьезные ошибки, также искажающие смысл текста. «*11 % петербуржцев не чувствуют потребности в интернете*» [11 % петербуржцев..., 2019] (вопрос был о том, пользуются люди интернетом или нет, а не о потребности).

5. Некорректная стилистика: нарушения норм инфостилля, смешение стилей, сложное для восприятия построение предложения. «*32,8 процента опрошенных уверены, что без каких-либо душевных проблем будут без интернета*» [Половина петербуржцев не сидит..., 2019].

В данном исследовании мы не рассматриваем фактические ошибки и опечатки, поскольку их появление связано не с особенностями интерпретаций, а с другими аспектами человеческого фактора, такими как невнимательность. Следует отметить, что и в самих текстах исходных пресс-релизов иногда присутствуют достаточно существенные неточности, однако при анализе учитывались только те ошибки, которые не были «унаследованы» из оригинальных текстов.

Для пилотажного исследования мы нашли вручную 80 новостей, опубликованных в различных интернет-СМИ на основе официальных пресс-релизов, посвященных следующим темам: «День без интернета», «Новый год 2019», «Труд», «Чемпионат мира по футболу» [Социологи СПбГУ: каждый десятый петербуржец..., 2019; Социологи СПбГУ: больше половины петербуржцев..., 2018; Социологи СПбГУ: Социологи СПбГУ: только половина..., 2019; Социологи СПбГУ: каждый третий..., 2018; Социологи СПбГУ узнали, как петербуржцы..., 2018].

Используемый метод — контент-анализ с ручной разметкой ошибок по каждому тексту.

Таблица 1. Распределение различных типов ошибок в контексте тем

	Интернет	Новый год	Труд	Чемпионат мира по футболу	Общий итог
<b>Ошибка подвыборки</b>	2	0	1	3	6
<b>Неточная формулировка</b>	3	1	2	1	7
<b>Смелое обобщение</b>	4	1	1	0	6
<b>Смысловое искажение</b>	<b>8</b>	3	5	2	<b>18</b>
<b>Некорректная стилистика</b>	2	0	0	0	2
<b>Всего текстов</b>	29	9	22	20	80
<b>Всего ошибок</b>	20	5	9	6	40

В целом ошибки в новостях, основанных на пресс-релизах, достаточно распространены: 30 текстов из 80 содержат ошибки, их число в пределах одного текста варьируется от одной до трех.

Анализ новостей позволил сделать следующие выводы.

- RQ1. Наиболее часто в текстах новостей встречаются ошибки типа «смысловое искажение», связанные с некорректными описаниями и перефразированиями вопросов и ответов.
- RQ2. Конкретных формулировок и оборотов, провоцирующих ошибки, не было выявлено. Многие ошибки появлялись из-за того, что авторы текстов старались перефразировать данные более простым и доступным для аудитории языком, в результате искажая информацию.

В качестве рекомендаций по оптимизации качества исходных пресс-релизов с целью минимизации риска некорректных интерпретаций в интернет-СМИ можно предложить следующее.

- дополнить методическую справку по опросу информацией о том, какая именно аудитория опрашивалась, и указать размер максимальной ошибки выборки;
- более явно указывать в тексте, кому задавался конкретный вопрос, если он попадает под фильтр. По смыслу разделять блоки вопросов: те, что задавались всем, и те, что задавались отдельным аудиториям;

- избегать двусмысленных формулировок и обобщений, вырванных из контекста, особенно в заголовках;
- не указывать сравнения величин, значения которых различаются лишь в пределах статистической погрешности.

### Список литературы

1. 11 % петербуржцев не чувствуют потребности в интернете // Аргументы и факты. 29.01.2019. URL: [http://www.spb.aif.ru/society/people/11\\_peterburzhcev\\_ne\\_chuvstvuyut\\_potrebnosti\\_v\\_internete](http://www.spb.aif.ru/society/people/11_peterburzhcev_ne_chuvstvuyut_potrebnosti_v_internete) (дата обращения: 10.03.2019).
2. Аникина М. Е. (2011). Социологическая информация в российских массмедиа. Вестник Московского университета. Серия 10: Журналистика. № 1. С. 55—69.
3. Зурабишвили Т. (2002) Социология и пресса: типичные неточности при публикации результатов социологических исследований в СМИ и их причины. Мониторинг общественного мнения. № 3 (59).
4. Опрос: 11 % петербуржцев не пользуются интернетом // Деловой Петербург. 29.01.2019. URL: [https://www.dp.ru/a/2019/01/29/Opros\\_11\\_peterburzhcev\\_n](https://www.dp.ru/a/2019/01/29/Opros_11_peterburzhcev_n) (дата обращения: 10.03.2019).
5. Половина петербуржцев не сидит в интернете «из-за отсутствия необходимости» // Мойка 78. 29.01.2019. URL: <https://moika78.ru/news/2019-01-29/183583-polovina-peterburzhcev-ne-sidit-v-internete-iz-za-otsutstviya-neobhodimosti/> (дата обращения: 10.03.2019).
6. Социологи СПбГУ узнали, как петербуржцы относятся к ЧМ по футболу — 2018 / СПбГУ. 17.04.2018. URL: <https://spbu.ru/press-center/press-relizy/sociologi-spbgu-uznali-kak-peterburzhcy-otnosyatsya-k-chm-po-futbolu-2018> (дата обращения: 10.03.2019).
7. Социологи СПбГУ: больше половины петербуржцев не следуют советам астрологов / СПбГУ. 29.12.2018. URL: <https://spbu.ru/press-center/press-relizy/sociologi-spbgu-bolshe-poloviny-peterburzhcev-ne-sleduyut-sovetam> (дата обращения: 10.03.2019).
8. Социологи СПбГУ: Каждый десятый житель Петербурга не пользуется интернетом // Комсомольская правда. 29.01.2019. URL: <https://www.spb.kp.ru/online/news/3369983/> (дата обращения: 10.03.2019).
9. Социологи СПбГУ: каждый десятый петербуржец не пользуется интернетом / СПбГУ. 29.01.2019. URL: <https://spbu.ru/press-center/press-relizy/sociologi-spbgu-kazhdyy-desyatyy-peterburzhec-ne-polzuetsya-internetom> (дата обращения: 10.03.2019).

10. Социологи СПбГУ: каждый третий петербуржец гордится сборной России по футболу / СПбГУ. 16.07.2018. URL: <https://spbu.ru/press-center/press-relizy/sociologi-spbgu-kazhdyy-tretyy-peterburzhec-gorditsya-sbornoy-rossii-po> (дата обращения: 10.03.2019).
11. Социологи СПбГУ: только половина петербуржцев работают по специальности / СПбГУ. 25.02.2019. URL: <https://spbu.ru/press-center/press-relizy/sociologi-spbgu-tolko-pоловина-peterburzhcev-rabotayut-po-specialnosti> (дата обращения: 10.03.2019).
12. Трое из четырех жителей Петербурга зарегистрированы в соцсетях и тратят на Интернет по 5 часов в день // Gazeta.SPb. 29.01.2019. URL: <http://www.gazeta.spb.ru/2081954-0/> (дата обращения: 10.03.2019).
13. Haslam C., Bryman A. (Eds.) (1994). Social scientists meet the media. Psychology Press. 248 p.
14. Walum, L.R. (1975). Sociology and the mass media: Some major problems and modest proposals. The American Sociologist. P. 28—32.

**М. В. Субботина**

## **ВОЗМОЖНОСТИ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ О ГЕРОЕ И ГЕРОИЗМЕ**

*СУББОТИНА Мария Владимировна — аспирантка кафедры социологии, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия*

*E-MAIL: mariya.subbotina.1995@mail.ru*

**Аннотация.** Изучая феномен героизма, социологи сталкиваются с проблемой неоднозначного определения данного понятия. Представления людей о герое и героизме противоречивы и активно трансформируются под влиянием массовой культуры: зачастую разные люди считают героем или злодеем одного и того же персонажа. Перед социологами стоит проблема поиска метода, который позволит получать валидные и надежные данные, когда речь идет об изучении представлений людей касательно таких многозначных и сложных понятий, как героизм. В данной статье описывается исследование, проведенное автором с целью выявления представлений о героизме у представителей детского и родительского поколений.

**Ключевые слова:** героизм, антигерой, социальные представления, метод неоконченных предложений, кинематограф

Ученые обратились к проблеме изучения героизма относительно недавно. В 2011 г. вышла книга Скотта Эллисона и Джорджа Гоеталса «Герои, что они делают и почему они нам нужны» [Allison, Goethals, 2011] и статья Франко, Блау и Зимбардо «Героизм: концептуальный анализ и различие между героическим поступком и альтруизмом» [Franco, Blau, Zimbardo, 2011]. Исследователи оспаривают возможность разработки объективного определения понятия «героизм», так как его критерии, как правило, субъективны. Аналогично сложно определить понятия зла, антигероизма и лжегероизма. Субъективный подход к определению зла был поддержан Роем Бомейстером, который доказывает, что зло — это ярлык, используемый жертвами преступления, но не преступниками. Как правило, исполнители зла видят в своих действиях законное средство для достижения необходимого доброго конца [Baumeister, 2012]. Вопрос трактовки добра и зла, героизма и антигероизма всегда был неоднознач-

ным и трудноразрешимым, но в наше время коннотации данных понятий стали еще более расплывчатыми.

Всего 30—40 лет назад, говоря слово «герой», люди подразумевали солдата на поле боя, врача, спасающего жизни, ученого, совершающего важные открытия, или человека, который готов пожертвовать собой ради других или великой идеи. Сегодня слово «герой» нередко ассоциируется с участником ток-шоу, музыкантом или актером боевика. «Герой» во многом сменился на «кумира». Такая трансформация представлений связана с тем, что массовая культура наложила серьезный отпечаток на представления людей о героях и героизме [Троцук, Субботина, 2018]. Тот факт, что социальные представления активно трансформируются под влиянием массовой культуры и огромного потока информации, который современные люди получают из интернета, заставляет социологов искать новые методы и адаптировать уже имеющиеся, чтобы получать надежные и валидные данные.

Сторонники субъективного подхода к изучению героизма сосредоточены не столько на попытках дать четкое и единственно верное определение данного понятия, сколько на изучении того, как «среднестатистический» человек воспринимает и определяет героизм и антигероизм. Изучение героизма необходимо для определения моделей конструирования современных героических образцов как примеров для подражания у молодых поколений. Образ/личность героя — всегда совокупность тех качеств, которыми хотел бы обладать практически любой человек, поэтому выяснение того, кто для человека является героем, позволяет узнать его жизненные приоритеты и стереотипы, особенно учитывая, что представители современного поколения подвержены влиянию технологий и массовой культуры.

Интересные результаты получил Скотт Эллисон. Он провел онлайн-опрос среди 202 представителей поколения Y (так называемых миллениалов), рожденных в период с 1980 по 2000 гг. в США. Участникам опроса было предложено выбрать качества, которыми должен обладать герой. Ответы респондентов выглядят следующим образом:

- 1 место — умный (56 %)
- 2 место — вдохновляющий (52 %)
- 3 место — сильный (50 %)
- 4 место — харизматичный (42 %)
- 5 место — самоотверженный (33 %)
- 6 место — жизнерадостный (39 %)

7 место — заботливый (23%)

8 место — надежный (16%).

Из этих результатов Скотт Эллисон делает вывод, что миллениалы ценят силу и интеллект, возможно, потому что эти качества порождают вдохновение. Также респондентам было предложено написать, кого из реальных или вымышленных персонажей они считают героем, а кого — злодеем. Интересно, что восемь из названных персонажей попали одновременно и в список героев, и в список злодеев. Среди них Дональд Трамп, Хиллари Клинтон, Канье Уэст, Ким Кардашьян, родители, учителя, Эдвард Сноуден и Бэтмен [Allison, 2018]. Неизбежный вывод из этого: субъективный подход к героизму и злодеянию напоминает нам, что существует крайне тонкая грань между двумя, казалось бы, противоположными понятиями [Allison, Goethals, Kramer, 2017].

Если в своем исследовании Эллисон обратил внимание на представления о героизме у поколения Y, то мы рассматриваем поколение Z, то есть детей и подростков, рожденных с начала 2000-х годов. Поколение, которое родилось и продолжает жить в окружении технологий и огромного количества разнородной информации, отличается от своих родителей во взглядах на многие жизненные аспекты, в том числе на героизм. В рамках нашего исследования особое внимание мы уделили влиянию кинематографа на представления о героизме. Кинематограф оказывает влияние на социализацию человека, так как зритель усваивает не только «красивую картинку» но и моральные нормы и ценности, которые транслирует кино [Мкртычева, 2012].

Мы провели опрос методом неоконченных предложений среди учащихся пятого (22 человека) и десятого классов (14), учителей (10) школы № 384 и работников Московского городского методического центра (14). В исследовании были поставлены следующие задачи: выявить представления о героизме у детей и родителей, а также его основные кинематографические воплощения. В опросе участвовали четыре группы респондентов: представители родительского поколения — методисты (обладают опытом работы с детьми и с педагогами), учителя (оказывают воздействие на мировоззрение подрастающего поколения); представители детского поколения — пятиклассники (умеют вдумчиво отвечать на вопросы, но еще не имеют жизненного опыта) и десятиклассники (более самостоятельно выбирают кинофильмы для просмотра и более адекватно оценивают соотношение кинофильмов и реальной жизни).

Для исследования нами была разработана классификация героев, основанная на различных трактовках и определениях героизма:

<b>Военный героизм</b> Герой-воин	<b>В чрезвычайной ситуации</b> Герой-спасатель	<b>Помощь людям</b> Герой-благотворитель	<b>Преодоление себя</b> Герой-вдохновитель	<b>Тяга к приключениям</b> Герой-авантюрист	<b>Демонстративный</b> Герой-демонстратор
Обезвреживание врага	Спасение из пожара	Благотворительность	Преодоление страхов	Приключения ради адреналина	Опасные трюки на видео
Самопожертвование на поле боя	Предотвращение аварии	Усыновление ребенка	Отказ от зависти, негативного отношения к окружающим	Приключения как образ жизни	Перформансы с нанесением себе физических увечий
Партизанская деятельность	Спасение утопающего	Трудовой героизм	Отшельничество		Подражание кумирам

Мы выдвинули следующие гипотезы: самым распространенным типом героя у школьников будет «вдохновитель», а у представителей старшего поколения — «спасатель»; у учеников пятого класса представления о герое будут связаны с персонажами «супер-геройских» фильмов (герои со сверхспособностями), тогда как подростки (10 класс) чаще будут называть более реалистичных персонажей, которых можно встретить в повседневной жизни; учителя и методисты будут чаще называть в качестве героев персонажей советских фильмов. Результаты опроса представлены в таблице.

	<b>Методисты</b>	<b>Учителя</b>	<b>5 класс</b>	<b>10 класс</b>
<b>Определение «героя»</b>	1. Всегда придет на помощь; 2. Совершает подвиги во имя родины; 3. Не афиширует свои подвиги; 4. Не прячется за спинами других людей	1. Всегда готов прийти на помощь нуждающемуся; 2. Не боится пожертвовать собой ради другого; 3. Не афиширует свои поступки; 4. Не трусит; 5. Не ищет выгоду	1. Добрый; 2. Смелый; 3. Помогает в беде; 4. Не может быть злым; 5. Не должен никого обижать, предавать, бояться; 6. Должен защищать свою родину	1. Помогает людям; 2. Готов жертвовать собой; 3. Способен на решительные поступки; 4. Не афиширует подвиг; 5. Не поступает подло; 6. Не оставляет в беде

	<b>Методисты</b>	<b>Учителя</b>	<b>5 класс</b>	<b>10 класс</b>
<b>Героические профессии</b>	1. Военные (9 упоминаний), 2. Врачи (7), пожарные, спасатели (по 6), 3. Летчики, космонавты и учителя (по 3)	1. Военные, пожарные (по 6 упоминаний), 2. Спасатель (4), врач (3), 3. Космонавт и полицейский (по 2)	1. Пожарные (19 упоминаний), 2. Полицейские (15) и врачи (14), 3. Военные и спасатели (по 5)	1. Пожарные (9 упоминаний), 2. Полицейские (6), 3. Врачи (5) и военные (4)
<b>Определение «антигероя»</b>	Антигерой преследует только собственную выгоду и/или не уважают свою страну	Пасует перед лицом опасности, «трусит, прячется за чужие спины, предаёт»	Противостоит герою и творит зло, мешает героям делать добрые дела	Поступает подло, думает только о себе, его «не волнует, что происходит вокруг»
<b>Пример для современных детей</b>	Русские солдаты, военачальники, Ю. Гагарин, неожиданные варианты (В. Жириновский и Человек-паук)	Персонажи от Суворова до Индианы Джонса, герои войны и космонавты (Маресьев, Гагарин). В отличие от методистов, подчеркивают, что они преодолели себя, совершили моральный подвиг	—	—

	Методисты	Учителя	5 класс	10 класс
<b>Любимые фильмы</b>	Фильмы про подвиги советских солдат и Великую Отечественную войну: «В августе 44-го», «В бой идут одни старики», «Офицеры», «17 мгновений весны»	Фильмы про войну и про любовь, режиссура — фантастика, приключения и исторические фильмы	Фантастика и фильмы про супергероев, режиссура — приключения, фильмы про любовь и ужасы. Часто противоречили себе: те, кто предпочитает фантастику, указывали фильмы «Движение вверх», «Экипаж» и «Титаник»; те, кто предпочитает фильмы про супергероев, были более последовательны и называли фильмы «Мстители», «Человек-паук» и «Супермен». Многие называли «Лед», «Движение вверх», «Экипаж» и сериалы «Пес-2», «Кухня», «Отель Элеон»	Психологические картины про самопознание и межличностные отношения. Среди любимых фильмов «Хатико», «Пила», «Лалэнд», «Помни меня», «Аватар», «Назад в будущее» (все фильмы зарубежные)

	Методисты	Учителя	5 класс	10 класс
<b>На кого хотели бы быть похожи</b>	<b>Мужчины 40—60 лет:</b> на героев войны, маршала Жукова, полковника Исаева («17 мгновений весны»); <b>женщины и мужчины в возрасте 30—35 лет</b> не хотят быть похожими ни на кого, кроме себя (в основном женщины), или же хотят быть похожи на таких персонажей, как главные герои фильмов «Изгой» или «Волк с Уолл-стрит» (мужчины)	<b>Женщины</b> не хотят быть похожими ни на кого из киноперсонажей или известных личностей. <b>Мужчины</b> указали Шарапова и красноармейца Сухова	Пятиклассники оказались последовательными и назвали в разных пунктах одни и те же фильмы: <b>девочки</b> хотят быть похожи на главную героиню фильма «Лед»; <b>мальчики</b> — на Флэша и Супермена или на героев фильма «Движение вверх» и «Салют 7»	Хотели бы прожить собственную жизнь и не хотят быть похожими на кого бы то ни было
<b>Сегодня в России не хватает фильмов про...</b>	Про патриотизм и историю России	Про патриотизм и про детей	—	—
<b>Реальный герой</b>	Герой-воин, Герой-спасатель	Герой-спасатель	Герой-спасатель	Герой-спасатель
<b>Герой в кино</b>	Герой-воин	Герой-воин	Герой-вдохновитель	Герой-вдохновитель

Таким образом, гипотеза, что основным типом героя у школьников станет «вдохновитель», а у представителей родительского поколения — «спасатель», подтвердилась частично: наиболее близким всем поколениям оказался «герой-спасатель», однако если говорить о киногерое, школьники выбрали «вдохновителя»; вторая гипотеза, что представления о герое у пятиклассников связаны с персонажами супергеройских фильмов, а у десятиклассников — с более «реальными» персонажами, а старшее поколение приводит в пример героев советских фильмов, подтвердилась. Однако пятиклассники также смотрят современные российские

фильмы о спорте (вероятно, с родителями) и часто хотят быть похожими на персонажей из этих фильмов. У представителей детского поколения наблюдается некоторое расхождение: в реальной жизни понятие «герой» ассоциируется у них с типом «спасатель», а в кинематографе — с «вдохновителем». Иными словами, у детей доминирует более мирная и вдохновляющая трактовка героизма как борьбы с самим собой и внутренними проблемами, а не с каким-либо врагом или внешними обстоятельствами. Здесь наши результаты несколько перекликаются с исследованием Эллисона, который показал, что современному поколению важно, чтобы герой вдохновлял и мотивировал становиться лучше.

### Список литературы

1. Мкртычева М. С. Кино как предмет социологического изучения: возможности и перспективы // Теория и практика общественного развития. 2012. № 12.
2. Троцук И. В., Субботина М. В. Оценка влияния кинематографа на социальные представления о героизме: апробация одного подхода // Коммуникология. 2018. Т. 6. № 4.
3. Allison S. T. (2018) Millennials, heroes, and villains: The confluence of generational moral complexity // *Heroes and Villains of the Millennial Generation*. University of Richmond.
4. Allison S. T., Goethals G. R. (2011) *Heroes: What They Do and Why We Need Them*. Oxford University Press.
5. Allison S. T., Goethals G. R., Kramer R. M. (Eds.) (2017) *Handbook of Heroism and Heroic Leadership*. New York: Routledge.
6. Baumeister R. F. (2012) Human evil: The myth of pure evil and the true causes of violence // R. F. Baumeister, M. Mikulincer, P. R. Shaver (Eds.) *The Social Psychology of Morality: Exploring the Causes of Good and Evil*. Washington: American Psychological Association.
7. Franco Z. E., Blau K., Zimbardo P. G. (2011) Heroism: A conceptual analysis and differentiation between heroic action and altruism. *Review of General Psychology*. Vol. 15. No. 2.

**А. В. Яковенко, Т. Е. Серикова**

## **ГЛОБАЛЬНЫЕ КРИЗИСЫ И СОЦИОИНЖЕНЕРНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ СОЦИОЛОГИИ ПО ИХ ПРЕОДОЛЕНИЮ**

*ЯКОВЕНКО Андрей Вячеславович — доктор социологических наук, профессор кафедры социологии, Луганский национальный университет им. Владимира Даля, Луганск, Украина  
E-MAIL: 6daoav@rambler.ru*

*СЕРИКОВА Татьяна Евгеньевна — старший преподаватель кафедры социологии, Луганский национальный университет им. Владимира Даля, Луганск, Украина  
E-MAIL: tajako8@rambler.ru*

**Аннотация.** Отмечается насущная необходимость при оценке социоинженерного потенциала социологической науки исходить из сверхзадач, которые возникают на почве обострения глобальных кризисов, рискующих уничтожить человечество. В любых иных случаях социология выступает лишь частью системы реализации локальных интересов, столкновение которых во многом и провоцирует потенциальные и реальные угрозы аннигиляции социума. Указывается на отсутствие какой-либо значимой почвы под рассуждениями о возможной дистанцированности социологии от социоинженерных процедур. Предлагается изначально признавать и исходить из реалий, в которых, независимо от мнимой «нейтральности», социологическая наука выступает органической частью социоинженерных мероприятий, обеспечивающих различную степень эффективности управления общественными процессами. Обосновывается вывод о необходимости социологическому профессиональному сообществу, принимая во внимание уже проявляющиеся, а также предполагаемые катастрофические последствия глобальных кризисов, инициировать, а в ряде случаев и вернуться к некогда озвученным предложениям по солидаризации усилий, направленных на проработку программ социоинженерного характера, способных, как минимум, снизить уровень тотального катастрофизма. При этом осознание неприятия данных инициатив, а также признание их в качестве мифологичных, не может служить оправданием для самоустранения от попыток добиваться деагрессивации общественных отношений.

**Ключевые слова:** глобальные кризисы, социологическое сообщество, социальная инженерия, управленческие структуры, будущее, фатальность, гуманистический потенциал, цивилизация

Сегодня многие рассуждения о социоинженерном потенциале и возможностях социологической науки кажутся малоактуальными и даже праздными, если не поднимаются на планку сверхзадач. Принимая во внимание алармистскую атмосферу, в которой пребывает мировая социальная система, будучи замкнутой в пространстве многочисленных кризисов, следует признать, что гуманистический социоинженерный потенциал социологии либо не используется, либо имеет настолько локальный ресурс, что не способен влиять на пагубные траектории развития общества, либо его не существует вовсе.

Изначально необходимо снять толику сомнений в рассуждениях о том стоит или не стоит вообще социологии входить в своеобразное социоинженерное «пространство». С момента своей институционализации социология (как и любая часть влиятельного гуманитарного знания) — органическая составляющая комплекса социоинженерных мероприятий, используемых управленческими структурами для реализации своих интересов. Ее аналитические выкладки, исследовательский инструментарий, как известно, широко применяются в политико-экономическом маркетинге на самых различных уровнях. И если не обманываться, то, понятное дело, социологическая наука в чистом виде не обладает аналитической «нейтральностью». Даже «нейтральность» социологических разработок с разной степенью эффективности задействуется теми, кто их заказывает.

В рамках же глобальной исторической эволюции социология, в том числе и в качестве социоинженерного инструментария, проследовала вместе со всем обществом через войны, экономические и социальные катаклизмы, в лучшем случае занимаясь содействием в фиксировании парадоксов и критических противоречий общественного мнения, осуществляя мониторинг настроений и внешне выражаемых потребностей граждан. Однако, как правило, заявляя в лице своих интеллектуальных лидеров о необходимости создания и реализации гуманистического концепта, будь то социализм с человеческим лицом, ответственная либеральная демократия, социально справедливое государство или иные виды общественного жизнеустройства, мы оказываемся посрамленными действительностью.

Сегодня, прежде всего из-за разочарованности от невоплощенности некогда громких идей по переустройству общества на принципах гармоничного сосуществования, социология сбивается на локальные уровни, практику «малых дел», отказывая себе в праве претендовать на новые или же старо-новые серьезные социоинженерные инициативы. Ведь именно тяжелый и даже, без преувеличения, трагический опыт прошлого демонстрирует колоссальность и, скорее всего, неподъемность пластов, высвобождение которых способно реализовать декларируемые благие установки социологии на формирование более гуманного общества, а значит и преодоление всего комплекса кризисов. Именно социологи, пожалуй, лучше всех понимают уровень драматизма возможных социальных катастроф, уже инициированных целой цепочкой противоречий, равно как и сложности разрешения глобальных кризисов вне привычных форм масштабных инфраструктурных разрушений, а также гибели значительной части социума.

Социоинженерные проекты, способные смягчить, а тем более побороть глобальные кризисы, опираются, как минимум, в три фундаментальных «уступа», преодоление которых означает претензию на изменение всего застывшего на протяжении истории социального миропорядка. Первый «уступ» — это глобальные корпорации в любой из привычных эволюционных форм, включая и государственные, с их пока еще доминирующей направленностью на эскалацию конфликтов; второй — социальные институты, постоянно заботящиеся о собственном воспроизводстве ценой поддержания кризисных состояний; третий — внутренний «уступ», который принято называть «человеческой природой» с ее неистребимыми патологиями, выглядящими в своей массовости как доминирующие «нормальности». В этом смысле непонятно, каким образом можно осуществить хотя бы минимально необходимые активные действия по смягчению кризисной атмосферы в глобальном обществе, уняв, как писал П. Сорокин, «все разрушающий и все регенерирующий эпохальный ураган, который бушует сегодня в человеческой вселенной» [Сорокин, 2018: 124].

Ведь для мало-мальски практичной, работоспособной всеохватывающей социоинженерной деятельности, направленной на преодоление разрушительных кризисов, системные инициативы должны не только охватывать все без исключения поколенческие группы, начиная с младенчества, в период которого и формируются люди с искривленной, забитой или агрессивной психикой, но и солидарно восприниматься, приниматься и реализовываться на уровне всех доминирующих управленческих

групп на государственных, межгосударственных и макрокорпоративных уровнях. Пока подобного рода предложения о минимальном консенсусе по отношению к смягчению кризисных состояний звучат наивно и мифологически.

Пессимизма и нереалистичности выполнения миссии по предотвращению по сути вселенского кризиса добавляет и известная расчлененность самого социологического сообщества. Оно не выступает единой международной консенсусной по своим высоким мотивациям группой, предлагающей действующие сценарии антикризисного характера. Напротив, во многом отражает логику конфликтов, имеющих место на тех же межгосударственных, корпоративных, идеологических и морально-нравственных основаниях. Да и собственно социологическое сообщество не претендует на своеобразный мандат ООН по гуманизации миропорядка, предпочитая занимать узконаправленные экспертные ниши.

Ограниченным, если не исчерпанным, выступает ресурс времени, когда социологическое сообщество могло бы поставить на повестку дня задачи глобального порядка. Многие из видных социологов показывали примеры гражданской активности и выводили исследовательскую проблематику на общецивилизационный горизонт задач. В настоящее время социологическая наука не заявляет о себе в качестве одного из институтов предотвращения всеобщей катастрофы. Тем не менее и с позиций исторической преемственности, и по причинам абсолютной кризисности ситуации целесообразно переходить от так и не реализовавшейся парадигмы «публичной социологии» [Буравой, 2008] к действительно гуманистической парадигме, которая дает идейную и нравственную подпитку нашему профессиональному цеху.

В сложившихся условиях угрозы самоуничтожения планеты речь идет о необходимости нахождения путей повышения уровня эффективности воздействия профессионального социологического сообщества на конкретные фигуры, а также социальные институты, решения и функционирование которых влияет на предупреждение и преодоление глобальных кризисов, рискующих смести человеческую цивилизацию с исторической сцены.

Первостепенная задача заключается в акцентировании внимания на исключительной значимости разработки социоинженерных процедур, позволяющих инкорпорировать гуманистический потенциал социологии в реальную практику деятельности управленческих структур, определяющих характер общественного развития. Важно активизировать поиск

новых, а также возрождать подзабытые здравые инициативы, направленные на формирование всемирной действенной социологической общественной инфраструктуры, способной созидать малокризисную платформу жизнедеятельности глобального социума.

Качественная тотальность и количественная масштабность кризисов оставляет лишь жесткую вилку выбора: подчиниться кажущейся неизбежной логике самоликвидации планетарного социума или выходить консолидирующимся социологическим сообществом на международный уровень системных социоинженерных разработок, которые были бы способны преодолеть фатальность общецивилизационного исхода.

### **Список литературы**

1. Буравой М. За публичную социологию // *Общественная роль социологии* / под ред. П. Романова и Е. Ярской-Смирновой (из библиотеки Журнала исследований социальной политики). М. : ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2008. С. 8—51.
2. Сорокин П. Социология моей интеллектуальной жизни // *Наследие*. 2018. № 1 (12). С. 99—124.

**Н. В. Смутькина**

## **МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ПОЛИТИКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ ОБРАЗА СТРАНЫ В СОЗНАНИИ ГРАЖДАН**

*СМУЛЬКИНА Наталья Валентиновна — кандидат политических наук, младший научный сотрудник кафедры социологии и психологии политики факультета политологии, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия*

*E-MAIL: smulkina@mail.ru*

**Аннотация.** В тезисах представлены результаты исследования, выполненного в рамках проекта РФФИ № 18-011-01138А «Образ страны в российском обществе: политико-психологический анализ». Рассматривается применимость и возможности сочетания разных методик исследования образа страны как сложносоставного феномена политического сознания. Внимание было уделено вопросу использования комплекса качественных методов в рамках политико-психологического подхода. Изучаются достоинства и ограничения использования проективных техник в процессе проведения фокусированного интервью. Набор предлагаемых методов исследования обусловлен спецификой рассмотрения образа страны с учетом как рационализированных, так и неосознаваемых компонентов восприятия. Изучаются важнейшие структурные элементы образа: образов территории, народа, власти, политических лидеров и геополитического статуса страны. Автор предлагает использовать в процессе опроса вербализированные и изобразительные техники, позволяющие учесть и вербальные и визуализированные стороны представлений о стране в условиях специфического влияния коммуникативного фактора на процесс современного политического восприятия. Зависимость образа страны от идентификационного фактора и психологического механизма стереотипизации делает актуальным изучение символического пространства образов стран и мифологических сюжетов. Это возможно при использовании в ходе исследования экспрессивных методов, а также проективных процедур конструирования и завершения.

**Ключевые слова:** образ страны, политическое восприятие, образ народа, образ власти, факторы восприятия, идентичность, политический контекст, политико-психологический подход

Вопрос исследования особенностей восприятия массовым политическим сознанием стран становится все более значимым в свете обострения ряда глобальных и региональных конфликтов. Проблема актуализируется в силу ускоренного нарастания числа драматических событий, трансформаций международного баланса сил и отношений на мировой арене. Распадаются и складываются коалиции и союзы стран, меняется их политический вес.

Фундаментальные методологические аспекты исследования связаны с необходимостью более глубокого понимания роли геополитических, политико-культурных, коммуникативных, ценностных и идентификационных факторов, влияющих на процесс формирования политических представлений о стране. В силу этого важным представляется комплексное исследование особенностей формирования образов России и других стран в современных геополитических условиях, опирающееся на разработанную факторную модель политического восприятия. Внутренний образ страны активно изучается в рамках исследований национально-государственной идентичности (например, И. С. Семененко, Т. В. Евгеньева). В социологии внимание чаще фокусируется на изучении отдельных компонентов образа страны (как правило, образов народа или государства). Политические географы фокусируют внимание на пространственных аспектах когнитивных представлений о стране (например, Д. Н. Замятин, В. А. Колосов, Д. В. Заяц), а в политической коммуникативистике акценты исследования смещены к вопросу механизмов и стратегий конструирования образов (имиджей) стран в СМИ и в международном дискурсе.

Развивающийся в последние годы политико-психологический подход к трактовке процесса политического восприятия страны позволяет учесть вышеуказанные исследовательские сложности, используя теоретико-методологические разработки из разных научных областей (политологии, политической социологии психологии и коммуникативистики). Подход предполагает использование как качественных, так и количественных методов исследования. Сочетание разных техник сбора и обработки материала способствует «исследовательской гибкости», повышает релевантность методов в условиях сложности объекта исследования — образа страны как сложносоставного феномена массового политического сознания.

Оценить применимость разных методов представляется возможным в результате обработки материалов, полученных по итогам исследования, выполненного в рамках проекта РФФИ № 18-011-01138А «Образ

страны в российском обществе: политико-психологический анализ». Эмпирическая база составила более 900 фокусированных интервью, включающих разные наборы проективных техник.

Рассмотрение образа страны на рациональном и неосознаваемом уровне восприятия (политико-психологическая модель, предложенная Е. Б. Шестопал) предполагает высокую значимость использования качественных методов сбора материала (глубинных фокусированных интервью, проективных методов). Применение *фокусированного интервью* средней степени формализации позволяет выявить политические образы, ценности и идентификационные представления в политическом сознании российских граждан и определить его общие психологические особенности.

Проведение серии исследований с применением разных проективных техник дало возможность определить некоторые наиболее релевантные методы, обозначить их достоинства и ограничения применительно к специфике изучения разных компонентов образа страны.

*Ассоциативные техники* позволяют выявить важнейшие ценностные детерминанты и содержательные характеристики компонентов образа страны (образы народа, власти). Вербальные фиксированные ассоциации, возникающие на предъявляемые в качестве стимула слова — понятия, обозначающие абстрактные и относительно конкретные политические категории, позволяют рассмотреть как рациональный, так и неосознаваемый уровень восприятия.

*Процедуры завершения (неоконченные предложения/рассказы)* предполагают завершение респондентом предложения или краткой истории-ситуации, начинающихся с социально-политического или культурно-идентификационного явления, связанного с конкретной страной, например, «украинцам характерно...», «в прошлом Россия...», «будущее Белоруссии видится мне...». Использование методов данного типа предоставит возможность рассмотреть не только когнитивные и эмоциональные, но и темпоральные компоненты образов. Схожи по процедуре проведения, но обычно направлены на получение и визуализированной информации *процедуры конструкции (например, рисуночная методика описательных и ролевых Bubbles)*. Данная техника предполагает изображение страны в виде человека, описание его характера, образа жизни внешности, определение его жизненной позиции. Благодаря применению методов данной группы появляется возможность оценить символическое наполнение образов стран с позиции геополитического статуса, образов

власти, и народа. Данная техника в наибольшей степени позволяет ненавязчиво рассмотреть содержательные особенности аутостереотипов и гетеростереотипов респондента.

Применение в сочетании с процедурами завершения *интерпретативных методов* (отличающиеся повышенной сложностью оценки) при достаточной внимательности исследователя позволяет более детально оценить доминирующие импульсы, эмоции, чувства, конфликты личности респондента в отношении отдельных объектов политической реальности, рассмотреть неосознанные мотивы политического поведения. Наиболее адаптивно в данном случае применение тематического апперцептивного теста (ТАТ), модифицированного для политико-психологического исследования. Согласно процедуре теста, респонденту предлагается составить сюжетные рассказы на основании просмотра ряда карточек-рисунков с сюжетами международной тематики.

Не менее сложными (как в плане и процедуры проведения, так и в плане интерпретации материалов) видятся *экспрессивные методы* (например, *метод конструирования сказочных сюжетов на тему международных отношений*). Исследователь, используя экспрессивные техники и получая оригинальные сюжеты, неповторимые, динамичные взаимозависимые политические образы и мифологемы, в свою очередь, сталкивается с проблемой «отбраковки» большого массива полученных данных (не менее трети материалов непригодны для анализа), со сложностью установления контакта с респондентом.

Развитие новых форм коммуникации актуализирует изучение визуальных образов страны в массовом политическом сознании. Для этого, а также для выявления неосознаваемых характеристик образов, целесообразным видится применение *рисуночных техник*. Эти проективные методы предполагается использовать для выявления неосознаваемых элементов политического сознания через графические символы и образы. Исследование позволило говорить о релевантности использования разных модификаций проективной техники «Рисунок страны» (как «свободный рисунок страны, так и техник направленного рисунка — «Россия/страна в виде дома», «Россия/страна в виде несуществующего животного», «Россия и я»). В качестве одной из самых «стандартизированных» и направленных рисуночных техник, используемых нами, можно назвать *картоидный метод* — проективную технику, позволяющую выявить пространственные характеристики представлений россиян о своей стране, ее территории и границах.

Методика предполагает работу респондента с контурными картами, согласно определенному заданию. Применение картоида предоставит значимый материал для исследования особенностей формирования идентификационных представлений и ориентаций.

Исследование позволило утверждать, что достоинства качественной методологии в изучении образа страны чрезвычайно значимы, так как предоставляют возможность оценить уникальные сюжеты, неповторимые трактовки и интерпретации даже зависимых от текущей информационной повестки, стереотипизированных образов стран.

В рамках политико-психологического исследования оптимальными видятся *обработка и интерпретация данных*, относящихся к неосознаваемым элементам образа страны, посредством процедуры выявления метафор в ответах, а в рисуночных тестах — посредством анализа символов и сюжетов рисунка. При интерпретации полученных рисунков прежде всего необходимо уделять внимание смысловым характеристикам компонентов образа, сценариям сюжетов; символическим объектам, встречающимся в изображениях. Для анализа полученных данных следует сочетать качественные методы с элементами количественных методов (в частности, с методами кодирования и шкалирования ответов на открытые вопросы, а также статистическим анализом полученных результатов). Стандартизированные методики опроса позволяют выявить и зафиксировать категории, поддающиеся операционализации.

### Список литературы

1. Джгамадзе К. Б. Теоретико-методологические особенности изучения образа страны в массовом сознании // Вестник Кемеровского государственного университета. 2015. № 3. С. 40—44.
2. Замятин Д. Н. Политико-географические образы российского пространства // Вестник Евразии. 2003. № 4. С. 34—45.
3. Заяц Д. В., Колосов В. А. Геополитические образы в зеркале СМИ // Отечественные записки. 2002. № 6. С. 136—212.
4. Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание. Отв. ред. И. С. Семененко. М. : Изд-во «Весь мир». 2017. 992 с.
5. Колосов В. А. Географические образы и геополитические представления: пути формирования и подходы к изучению // Вестник ДВГСА Сер. 1. 2008. № 1. С. 72—91.
6. Мельникова О. Т. Фокус-группы: Методы, методология, модерирование. М. : Аспект Пресс. 2007. 320 с.

7. Пищева Т. Н. Образ России в стране и в мире: научные исследования в современной политической психологии» // От истоков к современности. М. : Изд-во МГУ. 2015. С. 451—453.

8. Смутькина Н. В. Методологические основания исследования образов бывших республик СССР // Вестник Московского университета. Серия 12: Политические науки. 2017. № 4. С. 98—100.

## А. В. Марченко

### «СКАЗКА» КАК ИНСТРУМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ИНЖЕНЕРИИ

МАРЧЕНКО Алексей Владиславович — кандидат философских наук, преподаватель, Высшая школа менеджмента, НИУ «Высшая школа экономики», Москва, Россия

E-MAIL: marchenkoaw@ya.ru

**Аннотация.** Проективная методика «Сказка» отличается комплексностью подхода и направлена на выявление из подсознания респондентов тех базовых ценностей, сценариев и ролей, усвоенных в раннем возрасте, которые актуализируются и определяют поведение в ситуациях, рассматриваемых социальными инженерами. Описана технология применения этой методики, приведены примеры результатов.

**Ключевые слова:** социальная инженерия, сказка, проективные методики, социологические исследования, сценарии поведения, роли, подсознание, мотивация, метафоры, ценности

«Мы рождены, чтоб сказку сделать былью...»  
(Марш авиаторов)

Социальная инженерия описывалась К. Поппером как совокупность социологических подходов, применяемых при конструировании социальных систем. Само реформирование социума наблюдалось на протяжении всей истории человечества, и любой реформатор воплощал свою модель будущей реальности — делал былью свою сказку. И чем лучше его сказка сочеталась со сказками остальных участников процесса, тем успешнее был результат. Особенность социальной инженерии, то есть современного подхода к процессу управления социальными преобразованиями разного уровня, состоит в применении инструментария таких наук, как социология, психология, синергетика и т. д. Использование их инструментария позволяет лучше осмыслить социальные процессы и изменения, которыми нужно управлять.

Современное понимание социальной инженерии отличается осознанием увеличения роли интерактивного подхода в управлении [Пестова, 2011], что приводит к необходимости более полного и глубокого понимания ценностей, представлений и мотивов всех участников этого процесса.

Именно этой цели служит проективная методика «Сказка», основанная на методе психологической проекции, то есть символическом переносе внутренних смыслов и переживаний на элементы окружающего мира [Шляпникова, 2005]. Выявление с помощью метода проекции смыслов, которыми целевая аудитория наделяет элементы объекта управления, позволяет прогнозировать, какие **сценарии, вероятнее всего, будут реализованы** во взаимодействии данного объекта с данной целевой аудиторией.

Опыт социологических исследований показывает, что информация, полученная только с помощью прямых вопросов, не всегда позволяет выявить отношение опрашиваемых к обсуждаемому объекту. Протестные голосования, спонтанные реакции и прочие проявления скрытых мотивов поведения говорят о том, что часто и сами респонденты плохо представляют свои реальные мотивы и то, какой сценарий будет ими реализован в данной ситуации.

Чтобы глубже разобраться в мотивах поведения и прогнозировать реакцию целевой аудитории на предполагаемые управленческие решения, бывает недостаточно получить статистику оценочных суждений. Важно выявить четыре базовых элемента, из которых складывается мотив поведения:

- 1) базовые ценности, направляющие осознание личностью внешней реальности и себя в ней (они представлены в сознании в виде глубоких метафор);
- 2) сценарии, в логике которых респонденты намерены взаимодействовать с предъявляемой ситуацией;
- 3) роли, которые в данных сценариях респонденты примеряют на себя и других участников ситуации;
- 4) страхи, удерживающие человека от действий и от осознания своих сценариев и мотивов.

Все эти элементы, направляющие поведение человека в любой заданной ситуации, содержатся в подсознании респондентов. С помощью этих элементов подсознание автоматически просеивает поток поступающих извне сигналов, выделяя сигналы, требующие осмысленной реакции, выбираемой через активацию ценностей, сценариев и соответствующих им ролей, не заблокированных страхами.

Выявление перечисленных элементов, определяющих поведение респондентов и осмысление ими своих поступков и решений, требует адекватных инструментов.

Мне известны только два инструмента комплексного решения этой задачи: разработанная Дж. Зальтманом «Техника Зальтмана по извлечению метафор» (ZMET) и представленная здесь проективная методика «Сказка», разработанная мной с участием коллег из компании «Никколо М». Эти проективные методики различаются детализацией и трудоемкостью процесса [Марченко, 2018].

Использование сказочной формы в проективной методике «Сказка» не случайно. Каждый человек в детстве усваивал базовые ценности, сценарии и роли, реализуемые в поведении окружающих, в значительной степени из сказок. Поэтому извлечь эти элементы из подсознания легче всего на том же языке сказок. Кроме того, сказочная форма задания снижает психологические барьеры, превращая его в игру [Марченко, 2017].

В методике «Сказка» принцип проекции — символического переноса содержания внутреннего мира на объекты внешнего мира — реализуется через свободные ассоциации в заданном направлении. Участникам исследования (фокус-группы или глубинного интервью) раздают бумагу и ручки и просят за 10—15 минут сочинить и записать сказку в любом жанре, кроме реалистического повествования, в которой должны присутствовать следующие элементы:

- 1) название сказки,
- 2) сам респондент как действующее лицо,
- 3) объект исследования (объект социальной инженерии),
- 4) добрые силы,
- 5) злые силы,
- 6) другие значимые в контексте исследования элементы (участники события, конкуренты, события, влияющие на ситуацию).

Важно не давать лишних инструкций, чтобы минимизировать вмешательство исследователя в творческий процесс. Участников просят по завершении написания текста на обратной стороне листа сделать рисунок, максимально полно иллюстрирующий сказку. Элементы рисунка должны быть узнаваемы. Для этого их можно подписать. Всех просят сохранять тишину и не подглядывать друг к другу до завершения задания, говорится, что мы обсудим эти сказки, и подчеркивается, что критика будет запрещена, так как «неправильных» сказок не может быть по определению. Стоит добавить, что обычно это бывает весело и интересно. А модератору важно создать к этому моменту атмосферу, располагающую участников к искренности.

Процесс творчества занимает 15—20 минут. Если необходимо, время можно увеличить. Важно не давать лишнего времени и наблюдать за процессом, чтобы исключить поиск подсказок в интернете и долгое обдумывание, которое может исказить первые ассоциации, используемые для составления сюжета. Потом первого желающего просят зачитать свою сказку и показать рисунок. Выслушав сказку, модератор задает вопросы про неясные элементы повествования или рисунка. При проведении глубинного интервью дальше следует подробное обсуждение для выявления всех значимых элементов: ценностей, выраженных глубокими метафорами, сценариев (с возможными альтернативами), причин именно такого распределения ролей участников сюжета, а также того, что в сказке вызывает у действующих лиц затруднения и опасения. На фокус-группе этот этап обсуждения начинается после того, как все участники представляют свои сказки, но там подробно обсудить все детали не удается.

Если в сказках не хватает решения проблемы, имеющей ключевое значение для социального инженера, участников просят сочинить «чудо», которое решило бы проблему. Заранее такой инструкции давать не стоит, поскольку отсутствие в сказках ожидаемого решения информативно само по себе.

Преимущество глубинного интервью в том, что оно позволяет подробнее обсудить все детали сказки, включая что-то недосказанное, и значимые детали рисунка (ракурсы, направленность действия, эмоции, соотношение размеров и т. д.), а также возможные расхождения между текстом сказки и иллюстрацией к ней. А формат фокус-группы подразумевает общее обсуждение сказок, позволяющее выявить общее понимание проблематики (через обсуждение сходства некоторых сказок) и отношение к особенному, выделяющемуся из общего контекста.

Использование проективной методики «Сказка» в исследовании всегда сочетается с другими методами, содержащими прямые вопросы и обсуждение проблематики на рациональном языке. Сочетание методик значительно повышает качество понимания материала, а применение в начале фокус-группы или глубинного интервью методики «Сказка» облегчает последующее рациональное обсуждение, создавая благоприятную психологическую атмосферу и предоставляя исследователю информацию, которую полезно обсудить в «серьезном» контексте. Листочки со сказками должны быть подписаны для сопоставления сказок участников с их последующими суждениями.

Для интерпретации данных из сказок строится таблица, каждая строка которой представляет сказку одного респондента (строк столько, сколько респондентов), а по столбцам информация структурирована по следующим рубрикам:

- 1) номер строки,
- 2) название сказки,
- 3) уменьшенное фото рисунка,
- 4) сюжет,
- 5) образ объекта исследования,
- 6) образ автора,
- 7) добрые силы,
- 8) злые силы,
- 9) другие значимые элементы (может быть несколько столбцов в соответствии с их количеством),
- 10) итог (мораль сказки),
- 11) глубокие метафоры и представленные ими ценности,
- 12) сценарии поведения героев,
- 13) страхи, опасения,
- 14) комментарии исследователя.

Рядом с каждым из столбцов можно расположить столбцы с соответствующими им кодами. Хотя описание данных качественных исследований с помощью статистики будет некорректным, но для исследователя это может быть полезным, поскольку облегчит сопоставление учитываемых факторов по столбцам и строкам, выявляя общее и особенное.

Оценивая информативность проективной методики «Сказка», следует отметить несколько моментов.

1. Использование проективного метода позволяет получить вербальную и визуальную информацию на более глубоком уровне, чем уровень рациональных суждений, позволяет анализировать то, как складываются предпочтения и формируются решения о поведении по отношению к объекту исследования.

2. Минимальная формализация задания дает простор самовыражению респондентов, позволяет анализировать большой набор факторов, перечисленных в рубриках столбцов таблицы, что показывает разностороннюю картину даже притом, что в сказках некоторых респондентов ряд показателей будет упущен.

3. Задание составить сказку обычно приводит к описанию развивающихся событий (сказки без событий, фиксирующие статическое

состояние объекта, не менее показательны), а рисунок представляет собой статическое изображение, даже если на нем изображена последовательность событий, как в комиксах. Поэтому выполнение этих заданий задействует у респондентов разные участки головного мозга, а также разные участки задействованы и при составлении текста и рисунка, давая более полную картину восприятия ситуации, предлагаемой социальными инженерами.

4. Анализ сказок показывает динамичную картину поведения целевой аудитории в заданных условиях, демонстрируя не только разные сценарии поведения, свойственные разным типам респондентов, но и позволяя глубже понять причины и условия, определяющие выбор, что в ряде случаев информативнее ответов на прямые вопросы.

5. Эта методика позволяет получать не только описательный, но и ассоциативный, образный материал, который может стать ключом для налаживания коммуникации социального инженера с целевой аудиторией.

Широкий простор для интерпретации результатов проективной методики «Сказка» побуждает исследователя проявлять осторожность, избегая вольных интерпретаций и выводов. В этом хорошо помогает то, что «Сказка» почти никогда не применяется в отрыве от других методов исследования, и это позволяет сопоставлять их результаты и получать разносторонние представления об объекте исследования.

Приведу два примера того, как важный практический результат был достигнут именно благодаря применению «Сказки».

В 1997 г. в одном из городов Кузбасса опросы и экспертные интервью не позволяли выявить потенциального лидера на будущих выборах, а применение «Сказки» на фокус-группах позволило спрогнозировать рост политической популярности одного малозаметного кандидата, поскольку его образ рэкетира и защитника слабых сочетался со сказками многих респондентов про богатыря или бунтовщика Чиполлино — борцов за справедливость.

Другой пример можно назвать нетипичным: «Сказка» использовалась не в рамках исследования, а как инструмент коучинга, проведенного с двумя менеджерами нефтяной компании. Особенность состояла в том, что консультанту не потребовалось ничего исследовать: он только задавал вопросы по тексту и рисунку сказки, составленной этими стратегами. В результате полуторачасового обсуждения они пришли к пониманию ситуации, включая сценарии, роли, намерения и возможности ее участников, и им осталось только действовать в нужном направлении.

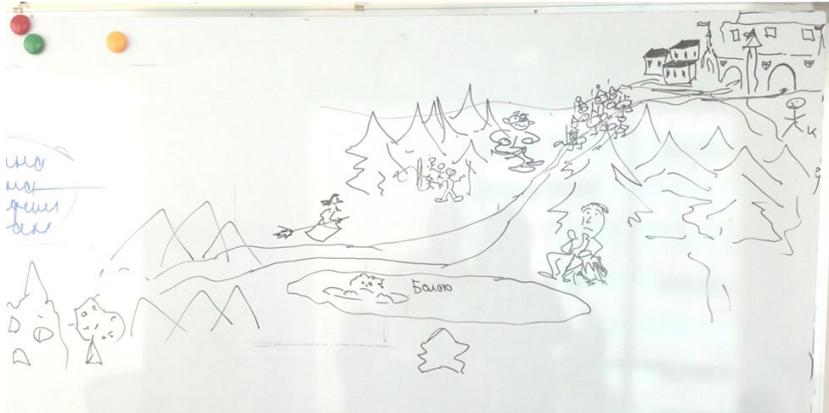


Рисунок к сказке про проблемную ситуацию в нефтяной компании

Таким образом, варианты применения этой методики разнообразны: от экспресс-диагностики ситуации и инструмента для самоанализа до исследования глубинных мотиваций целевой аудитории и выявления базовых ценностей и представлений респондентов о сценарии, по которому должны развиваться события. И все эти варианты могут быть плодотворно использованы в социальной инженерии.

### Список литературы

1. Марченко А. В. Применение проективных методик в маркетинговых исследованиях // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2017. № 1 (7). С. 86—98.
2. Марченко А. В. Применение проективной методики «Сказка» в исследовании отношения москвичей к рекламе по финансовой тематике // Сборник материалов: VI-я международная социологическая Грушинская конференция «Жизнь исследования после исследования». М. : ВЦИОМ, 2016. С. 1368—1371.
3. Пестова Г. А. Социология управления : учебное пособие. URL: <https://monographies.ru/en/book/view?id=100> (дата обращения: 10.03.2019).
4. Шляпникова И. А. Проективные методы психодиагностики. Учебное пособие. Челябинск : ЮУрГУ, 2005.

**Г. Э. Добрякова**

## **КАК СФОРМИРОВАТЬ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА АВТОРСТВА С ПОМОЩЬЮ ТЕХНОЛОГИЙ**

*ДОБРЯКОВА Галина Эдуардовна — доктор юридических наук по информационному праву, эксперт по оформлению прав на интеллектуальную собственность, создатель системы управления правами на результаты интеллектуальной деятельности ireg.pro, Москва, Россия  
E-MAIL: galina@dobriakova.ru*

**Аннотация.** Статья посвящена вопросам защиты прав на научную статью как объект интеллектуальных прав. Раскрываются вопросы электронного депонирования на ireg.pro как меры для обеспечения доказательства авторства, основания для обращения с требованием о прекращении нарушения и доказательства для предоставления в этическую комиссию.

**Ключевые слова:** авторское право, электронное депонирование, доказательства авторства, копирайт

Часто нам нужно быстро зафиксировать дату создания произведения и свое авторство — в тех случаях, когда мы передаем свою ранее не опубликованную работу на конкурс, заказчику, в редакцию, в комиссию по этике — и сделать это нужно как можно быстрее. Все доказательства авторства основаны на презумпции, что автором считается тот, чье имя указано на экземпляре произведения.

Раньше для этого авторы отправляли себе письмо почтой России и не вскрывали конверт. За годы работы скапливался солидный архив. Потом появилась возможность заверять подпись на произведении у нотариуса. Нотариус удостоверял время заверения подписи и самого автора, который принес рукопись. Сейчас авторы получают ISBN для книг, который фиксирует выходные данные, DOI для статей — все для того, чтобы обеспечить связь автора со своим произведением.

Сейчас технологии позволяют получать информацию, удостоверять ее и хранить практически вечно — крайней мере, все время действия авторского права (а это вся жизнь автора и 70 лет после его смерти). Суть технологии электронного депонирования заключается в том, что мы так же, как и нотариус, идентифицируем автора и так же, как Почта России, берем экземпляр произведения, связываемся с сервером эта-

лонного времени, ставим электронную подпись, выпущенную аккредитованным центром, и формируем электронное доказательство.

С помощью регистратора авторских прав IREG это можно сделать за пару минут в любое время из любой точки мира, где есть интернет, с помощью NRIS это можно сделать на технологии блокчейн, при этом и в том и в другом случае результат будет достигнут, а доказательство сформировано.

Я представляю IREG, поэтому хочу рассказать о том, как получить свидетельство о депонировании и как использовать его для того, чтобы прекратить нарушение прав.

Вначале необходимо создать доказательство. Авторское право возникает в момент создания произведения, но кроме самого автора никто не знает, когда именно наступил этот момент. Для фотографов есть свойства фотографий, они связаны с конкретным фотоаппаратом, я для тех, кто создает видеоконтент и размещает его на YouTube, сразу присваивается цифровой след, который означает авторство. Те, кто размещают публикации в социальных сетях, могут смело ссылаться на дату публикации там, теперь это тоже электронное доказательство. То же самое касается мессенджеров и электронной почты — просто в этом случае нужно тщательно хранить эти доказательства, ведь нотариус будет удостоверять их, а для этого он должен их видеть.

Всем тем, кто не хочет раскрывать суть своего произведения, подойдет электронное депонирование. В IREG это можно сделать за пару минут. Вначале мы проходим регистрацию в системе, затем выбираем «создать результат интеллектуальной деятельности» (РИД), его тип и категорию.

Начинаем с названия РИД. Базовой категорией является авторское право, а базовым типом — произведение. Остается приложить файл или несколько файлов и перейти на шаг 2. На шаге 2 мы указываем авторов (их может быть несколько, и у каждого свой творческий вклад) и правообладателей (их тоже может быть несколько), на 3 шаге выбираем «получить свидетельство» и переходим на форму оплаты. После оплаты свидетельство попадает в личный кабинет, и его можно скачать.

Все эти данные и цифровой след мы храним 70 лет и обязаны предоставить по запросу всем третьим лицам, которые обратятся с требованием о предоставлении информации. Но публикации не происходит, произведение остается закрытым для общего доступа, это удобный способ и зафиксировать приоритет, и не допустить раскрытия информации.

Итак, доказательство мы получили. Теперь необходимо установить нарушителя. Если мы столкнулись с нарушением в социальной сети, то там

все ясно — тот, кто опубликовал пост, и есть наш нарушитель. Если же это сайт, то нужно установить администратора доменного имени. По умолчанию именно он отвечает за соблюдение авторских прав на своем ресурсе. Сделать это можно с помощью сервиса Who Is<sup>1</sup>: вносим название сайта и получаем данные (имя и почтовый адрес) администратора. Ему мы и будем направлять претензию.

Готовим претензию. Сначала описываем свои правомочия, почему мы обращаемся с таким требованием и на чем основано наше право. Затем — нарушение, где именно оно было обнаружено и в чем заключалось. Далее идет блок об ответственности (это стандартные формулировки гражданского кодекса) и, собственно, что мы хотим. А хотим мы остановить нарушение и, возможно, еще взыскать компенсацию, которая устанавливается от 10 тысяч рублей за каждый выявленный случай.

Регистрация прав на свое творчество — это не сложно, не отнимет много времени. Да, это требует дисциплины, ведь первое, что мы хотим сделать после завершения работы — это поделиться с сообществом, а совсем не электронное депонирование. Но иногда автора от нарушителя отличает именно наличие доказательств. И, к сожалению, иногда доказательства авторства оформляет не автор. Презумпция авторства работает на того, у кого есть доказательства авторства. Сейчас это проще, чем было даже пять лет назад, поэтому это определенно стоит делать для защиты своих интересов.

---

<sup>1</sup> <http://www.whois-service.ru/>.

**Власть и общество: технологические инструменты обратной связи.  
Эффективная коммуникация или манипуляция?**

**Ю. В. Соболевская**

**СОЦИОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ —  
ИНСТРУМЕНТ ВЫЯВЛЕНИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ  
ПО ВОПРОСАМ ПРАВА**

*СОБОЛЕВСКАЯ Юлия Владимировна — кандидат юридических наук, заведующая отделом социолого-правовых исследований, Московский институт социологических исследований (АНО МИСИ), Москва, Россия*

*E-MAIL: misi2015@bk.ru*

**Аннотация.** Рассматриваются предпосылки и пути актуализации роли социологических исследований общественного мнения в законотворческом процессе. При подготовке статьи использовались данные контент-анализа регионального законодательства, проведенного Московским институтом социологических исследований (АНО МИСИ), а также данные всероссийских опросов Института социологии ФНИСЦ РАН и социологических служб — ВЦИОМ, ФОМ, «Левада-центра». Автор формулирует предложения по укреплению законодательных основ социологических исследований общественного мнения.

**Ключевые слова:** общественное мнение; социологические исследования; законодательная социология; юридическая социология; законодательный процесс; нормотворчество; нормативный правовой акт

Еще в начале XX века профессор Московского университета С. А. Муромцев, возглавлявший первую Государственную Думу России, обосновал необходимость социологического подхода к праву и законодательству. По прошествии свыше ста лет есть все основания вести речь о роли социологических исследований в правотворческом процессе, что справедливо признается в статьях — научных [Лапаева, 2010] и публицистических [Першуткин, 2014], в учебниках по социологии права [Сырых, 2012: 177—182], соотносится с политическими решениями [Федоров, 2014], является предметом обсуждения на всероссийских конференциях [Всероссийская научная конференция..., 2018].

Об актуальности и проблемности данной темы свидетельствуют многие обстоятельства и причины: 1) кардинальное усложнение социально-политических и экономических задач, что требует повышения качества законодательной деятельности; 2) значительный уровень неудовлетворенности социальной политикой государства, о чем свидетельствуют данные социологических опросов [Двадцать пять лет... 2018: 57—79]; 3) игнорирование властью реакции населения на социально значимые законопроекты и непонимание социально-политических последствий таких действий<sup>1</sup>; 4) несформированность механизма взаимодействия социологии и юриспруденции, что уже отмечалось автором [Соболевская, 2019: 192].

Несмотря на то, что заметный круг исследователей проявляет интерес к теме общественного мнения, тем не менее в юридическом сообществе доминирует упрощенное понимание сути социологических исследований: акцент лишь на обеспечении свободы его формирования [Величинская, 2014], сравнение опросов общественного мнения с формами прямой демократии и доказательство преимуществ последних [Курячая, 2015]; абсолютизация возможностей онлайн-обсуждений законопроектов [Дзидзоев и др., 2015]; отрицание обязательности социологической информации о мнении населения по законопроектам в сфере распределения материальных благ [Сырых, 2012: 171]. Все это свидетельствует о непонимании и недооценке роли социологических исследований в законотворческом процессе и в формировании общественного мнения по вопросам права.

Об этом тем более нужно говорить и писать, поскольку не решается целый комплекс необходимых задач, хотя действует Федеральный закон «Об общественном контроле» с рамочной статьей, посвященной общественным обсуждениям, создан специальный сайт для информированных и заинтересованных групп граждан<sup>2</sup>. Тем не менее необходимо наращивание теоретических и практических усилий, поскольку эффективность действующей онлайн-системы остается неизвестной: открытые статические и аналитические данные о ее работе отсутствуют; пояснительные записки к законопроектам, внесенным в Государственную думу, не содержат упоминаний о результатах обсуждений; репрезентативность получаемой информации находится под сомнением<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> См. напр. «Силуанов назвал реакцию россиян на пенсионную реформу неожиданной». URL: <https://rg.ru/2019/01/15/siluanov-nazval-reakcii-obshchestva-na-pensionnuu-reformu-neozhidannoj.html> (дата обращения 05.03.2019).

<sup>2</sup> Имеется в виду сайт [www.regulation.ru](http://www.regulation.ru).

<sup>3</sup> Трудно понять мотивацию лиц, заинтересовавшихся теми или иными законопроектами: или наличие какой-либо предварительной информации о возможном размещении проекта нормативного правового акта, или какая-либо причастность к подготовительной работе.

Перечень созревших проблем наглядно просматривается и на региональном уровне, что было выявлено Отделом социолого-правовых исследований Московского института социологических исследований (АНО МИСИ). В рамках исследовательского проекта был выполнен контент-анализ 15 законов субъектов Российской Федерации об общественных обсуждениях<sup>1</sup>. По результатам сделан вывод о декоративном характере большинства из них, а именно: процедура общественных обсуждений недостаточно детализируется; не продуманы или отсутствуют положения, посвященные порядку информирования граждан о готовящемся обсуждении с целью стимулирования их участия, а также информирования о содержании дискуссий и об их итогах; не предусматривается разъяснительная работа по содержанию готовящихся законопроектов, обоснованию необходимости их принятия и проблемам, на решение которых направлено будущее правовое регулирование. Все это свидетельствует о недооценке региональной властью вовлечения населения в общественно-политическую жизнь. Ситуация усугубляется невысокой правовой культурой россиян (знание даже социально значимых законов, включая Конституцию России, не превышает 10 %<sup>2</sup>).

Вероятно, эти процессы побудили председателя Конституционного суда Российской Федерации профессора В. Д. Зорькина заявить о хрупкости современных правовых механизмов, об отрыве права от укорененных в социальном большинстве морально-этических норм и представлений, о превращении правотворчества в чисто технический процесс по разработке и созданию «нового продукта» [Зорькин, 2018: 26].

Какими же видятся пути решения обозначенных проблем? Во-первых, это создание правовых и организационных основ социологического сопровождения принятия правовых решений, проведение научных исследований с разработанной программой, выделением объекта, строгим расчетом выборки, профессионально составленной анкетой и интерпретацией результатов для анализа такого сложного феномена, как общественное мнение. Во-вторых, проведение социологических исследований на всех стадиях законодательного процесса, включая прогнозирование

<sup>1</sup> Законы об общественных (народных) обсуждениях республик Башкортостан, Коми, Мордовии, Татарстан, Забайкальского и Красноярского краев, Архангельской, Астраханской, Вологодской, Воронежской, Иркутской, Калининградской, Калужской, Тюменской областей, Ямало-ненецкого автономного округа.

<sup>2</sup> См. напр. Конституция РФ: наши права и свободы. Пресс-выпуск ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=9464> (дата обращения 5 марта 2019 г.); Кредиты, микрозаймы и закон о банкротстве. Пресс-выпуск Левада-центр. 11.11.2015. URL: <https://www.levada.ru/2015/11/11/kredity-mikrozajmy-i-zakon-o-bankrotstve/> (дата обращения 05.03.2019).

потребностей в правовом регулировании, разработку концепции нормативного правового акта, обсуждение основных идей законопроекта среди разных групп граждан, социологическое сопровождение реализации закона и мониторинг общественного мнения [Першуткин, 2003: 118; Тихомиров и др., 2010].

Резюмируя, подчеркнем, что социологические исследования общественного мнения:

- являются важными источниками правотворчества, снабжая законодателей информацией о шкале ценностных ориентаций и предпочтений общества, о социальных проблемах, требующих правового решения, о социальных интересах и их коллизиях, об отношении общества и его социальных групп к действующему и проектируемому законодательству;
- играют важную прогностическую роль, позволяя просчитать последствия тех или иных решений и выбрать оптимальную стратегию достижения социально-экономических целей<sup>1</sup>;
- содействуют пробуждению общественной активности в той ситуации, когда сами граждане не проявляют инициативы, но откликаются на приглашение к дискуссии. В пользу этого вывода свидетельствуют такие факты, как демонстрация нашими согражданами уважительного отношения к правовым предписаниям<sup>2</sup>, видение ими перспектив укрепления России как правового государства<sup>3</sup> и готовность рассуждать на правовые темы<sup>4</sup>;

<sup>1</sup> Так, реакция россиян на проект федерального закона о пенсионной реформе была легко прогнозируема — всероссийские опросы стабильно и ежегодно фиксировали: самыми важными конституционными правами население считает социальные права (от 40 % респондентов и выше); снижение их уровня вызывает гораздо большую тревогу, нежели ограничение политических прав и свобод; основные предложения, формулируемые населением к тексту Конституции, относятся к конкретизации социальных прав. См. напр.: Гражданские права и свободы. ФОМнибус, 22 июня 2018. URL: <https://fom.ru/Tsennosti/14053> (дата обращения: 05.03.2019); Конституция: изменить или оставить. Пресс-выпуск ВЦИОМ, 12.12.2017. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=8851> (дата обращения: 05.03.2019).

Соответственно, задолго до появления проекта требовались глубинные социологические исследования для выработки более щадящего варианта достижения экономических целей.

<sup>2</sup> Почти три четверти респондентов считают, что любой (даже плохой) закон нужно соблюдать, что россияне нарушают законы вынужденно, а не из-за неуважения к ним (53 % против 29%). См. Российские законы и их соблюдение. ФОМнибус, 15—16 сентября 2018. URL: [https://bd.fom.ru/report/map/dominant/dom\\_3718/d371809](https://bd.fom.ru/report/map/dominant/dom_3718/d371809) (дата обращения: 05.03.2019).

<sup>3</sup> Укрепление России как правового государства находится на втором месте в числе идей, которые могли бы объединить российское общество, — приверженность ей демонстрирует четверть россиян [Двадцать пять лет... 2018: 123].

<sup>4</sup> Незнание законов не препятствует гражданам судить об их содержании, например, насколько Конституция отвечает интересам государства и личности, какие изменения желательно внести в Основной закон. См. Россияне о Конституции. Пресс-выпуск Левада-центр, 10.12.2014. URL: <https://www.levada.ru/2014/12/10/rossiyane-o-konstitutsii-3/> (дата обращения 05.03.2019).

- способствуют легитимации правовых решений посредством широкого освещения их результатов<sup>1</sup>. Осведомленность о мнении других сограждан и причинах их предпочтений сделает выбор каждого более осознанным и ответственным, что приведет к росту стабильности, общественной сплоченности и правовой культуры населения.

Опросы общественного мнения уже стали не просто важным дополнением к другим источникам правотворчества, но жизненной необходимостью. Важным шагом на пути создания правовых основ выявления и учета общественного мнения может стать федеральный закон «О нормативных правовых актах в Российской Федерации», в инициативном проекте которого прямо говорится, что при подготовке нормативного правового акта должны обобщаться результаты опросов общественного мнения, использоваться социологическая, социально-политическая и другие виды информации [О нормативных правовых актах..., 2019: 40].

### Список литературы

1. Величинская Ю. Н. «Общественное мнение» в фокусе конституционного права: к вопросу о расширении понятийного аппарата науки // Конституционное и муниципальное право. 2014. № 8. С. 9—14.
2. Всероссийская научная конференция с международным участием «Социология права: современные проблемы» в Институте государства и права РАН, 7—8 июня 2018 г. URL: <http://www.igpran.ru/news/4656/> (дата обращения 05.03.2019).
3. Двадцать пять лет социальных трансформаций в оценках и суждениях россиян: опыт социологического анализа // М. К. Горшков и др. ; отв. ред. М. К. Горшков, В. В. Петухов. М. : Весь мир, 2018. 384 с.
4. Дзидзоев Р. М., Тамаев А. М. Общественное (публичное) обсуждение проектов законодательных и иных нормативных правовых актов в формате открытого правительства // Конституционное и муниципальное право. 2015. № 8. С. 66—70.
5. Зорькин. Право против хаоса: монография / В. Д. Зорькин. 2-е изд., испр. и доп. М. : Норма : ИНФРА-М, 2018. 368 с.

<sup>1</sup> Категорическое неприятие населением проекта федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам назначения и выплаты пенсий» было вызвано не только несогласием с его содержанием, но и с реакцией на кулуарную разработку этого закона и его ускоренное принятие вопреки общественному мнению.

6. Лапаева В. В. Опросы общественного мнения в системе социологического обеспечения законотворчества // Законодательная социология / отв. ред. В. П. Казимирчук и С. В. Поленина. М. : Формула права, 2010. С. 197—227.
7. Курячая М. М. Опрос граждан как форма участия населения в решении вопросов управления в субъектах Российской Федерации // Конституционное и муниципальное право. 2015. № 5. С. 39—46.
8. О нормативных правовых актах в Российской Федерации (инициативный проект федерального закона). 5-е изд., пере-раб. и доп. / рук. авт. коллектива Т. Я. Хабриева, Ю. А. Тихомиров. М. : Институт законодательства и сравнительного правоведения при Правительстве Российской Федерации, 2019. 88 с.
9. Першуткин С. Н. «Грехи законодателей» или соответствие российского законодательства принципу суверенности // Советник Президента Информационно-аналитическое издание. 2014. № 132. С. 3—4. URL: [http://sovetnikprezidenta.ru/132/1\\_gosudarstvo.html](http://sovetnikprezidenta.ru/132/1_gosudarstvo.html) (дата обращения 05.03.2019).
10. Першуткин С. Н. Юридическая социология : учебно-методический комплекс для дистанционного обучения. Новосибирск : СибАГС, 2003. 164 с.
11. Соболевская Ю. В. Право против хаоса: о роли В. Д. Зорькина в перспективных исследованиях новой роли права в XXI веке // Государство и право. 2019. № 1. С. 190—194.
12. Сырых В. М. Социология права : учебник / В. М. Сырых. 4-е изд., доп. и перераб. М. : Юстицинформ. 2012. 472 с.
13. Тихомиров Ю. А., Павлушкин А. В., Горохов Д. Б., Чеснокова М. Д., Черепанова Е. В., Глазкова М. Е. Об организации и проведении правового мониторинга // Журнал российского права. 2010. № 6. С. 125—136.
14. Федоров В. В. Общественное мнение и политические решения. Заметки на полях «русской весны» // Мониторинг общественного мнения. 2014. № 5 (123). С. 3—11.

**А. В. Саблуков**

## **ПОЛИТИЧЕСКИЕ НАСТРОЕНИЯ КАК ПОКАЗАТЕЛЬ ОТНОШЕНИЯ К РЕФОРМАМ**

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

**Аннотация.** С конца прошлого века и по сегодняшний день российское общество находится в процессе постоянных преобразований, затрагивающих интересы всего без исключения населения страны. Это, в свою очередь, вызывает необходимость научного осмысления как содержания и последствий происходящих изменений, так и реакции на эти изменения со стороны различных категорий граждан России. Социологическая наука, с учетом характера и динамики российских трансформационных процессов, опираясь на опыт и наработки других наук и на собственный методологический и методический аппарат, предлагает ряд показателей, характеризующих отношение россиян к происходящим преобразованиям. Одним из таких показателей является политическое настроение. В настоящее время усилия социологов сосредоточены не только на содержательном анализе категории «политическое настроение», но и на отработке методологии методики их исследования.

**Ключевые слова:** социальные настроения, политическое настроение, концепции, методология исследования, показатели

Одним из показателей, к которому традиционно обращаются исследователи при оценке политической ситуации в обществе, является политическое настроение. Наибольший интерес, как правило, к этой проблеме проявляется в период подготовки и проведения значимых политических мероприятий: выборы, референдумы, крупномасштабные политические и другие преобразования, затрагивающие интересы широких слоев населения, и пр. Особое значение исследование политических настроений приобретает в период глубинных трансформационных преобразований политических институтов общества. Это обусловлено тем, что, с одной стороны, политические настроения в значительной степени предопределены характером этих преобразований, а с другой — отражают реакцию

общества на планируемые и происходящие изменения, степень их общественной поддержки, а следовательно, в конечном счете предопределяют достижимость планируемого результата.

Формированию современных подходов к трактовке понятия «политическое настроение», методологии его исследования предшествовал достаточно длительный этап концептуальных наработок, имеющих отношение к данному понятию в рамках различных наук. Одними из первых на эту проблему обратили внимание философы.

Существенный вклад в разработку категории «политическое настроение» внесли психологи. Исследованию политических настроений посвящены работы Д. В. Ольшанского, Т. В. Плотниковой А. В. Четверикова [Ольшанский, 2001; Плотникова, 2004; Четвериков, 1999].

Опыт анализа политических настроений в философии, истории психологии и других науках послужил основой для выработки методологии исследований данной проблематики в социологии. Общеметодологические подходы к содержательному анализу политических настроений как одного из проявлений социальных настроений представлены в работах таких ученых, как Ж. Т. Тощенко, С. В. Харченко, Б. Д. Парыгин, М. В. Морев, В. С. Каминский, В. В. Петухов и др. [Тощенко, Харченко, 1996; Парыгин, 1998; Морев, Каминский, 2014; Петухов, 2012].

Теоретические наработки социологов в области социальных настроений в целом и политических настроений в частности были использованы при проведении прикладных исследований, осуществляемых ВЦИОМ, «Левада-Центром» и фондом «Общественное мнение»<sup>1</sup>.

Нельзя не отметить появившиеся в последнее время попытки не только концептуально оформить содержательный анализ категории «политические настроения», но и предложить методику их исследования. Автор ряда публикаций по данной тематике А. Ю. Станевич определяет политическое настроение как «совокупность оценок политической жизни и политических ожиданий личности, определяющих ее политическое поведение» [Станевич, 2014; 2018; 2019]. Содержание каждого из компонентов (оценки, ожидания и поведение), по мнению автора, раскры-

<sup>1</sup> Индексы социального самочувствия [Электронный ресурс] // Всероссийский центр изучения общественного мнения. URL: [https://wciom.ru/news/ratings/indeksy\\_socialnogo\\_samochnuvstviya/](https://wciom.ru/news/ratings/indeksy_socialnogo_samochnuvstviya/) (дата обращения: 05.06.2017).

Обновленная методика измерения индекса социальных настроений [Электронный ресурс] // Аналитический Центр Юрия Левады. URL: <http://www.levada.ru/obnovlennaya-metodika-izmereniya-indeksa-sotsialnykh-nastroenii-issn> (дата обращения: 05.06.2017).

База данных ФОМ. Доминанты. Поле мнений [Электронный ресурс] // Фонд «Общественное мнение». URL: <http://bd.fom.ru/map/dominant/> (дата обращения: 12.12.2018).

вается набором специфических показателей. Так, оценочный компонент может быть раскрыт через совокупность таких показателей, как оценка деятельности различных ветвей власти, включая президента РФ, оценка проводимого ими политического курса, оценка уровня демократии в стране и демократичности прошедших выборов, оценка деятельности оппозиции в стране. Ожидания, в логике показателей первого компонента, могут быть охарактеризованы ожиданиями от деятельности властей различного уровня, ожиданиями изменений в различных сферах жизни, ожиданиями от предстоящих выборов. Наконец, третий компонент политических настроений — установка на политическое действие — содержательно раскрывается такими показателями, как желание и готовность участвовать (или не участвовать) в различных видах политической деятельности. Особенности политических настроений определяются рядом объективных и субъективных факторов.

Можно предположить, что интерес социологического сообщества к исследованию социальных настроений в целом и политических настроений в частности в перспективе будет расти, и мы в ближайшее время сможем познакомиться и с новыми теоретическими разработками, и с прикладными исследованиями данной проблематики.

### **Список литературы**

1. Каминский В. С. Политические настроения молодежи Вологодской области (на материалах социологических опросов) // Гуманитарные научные исследования. 2015. № 4. Ч. 3. URL: <http://human.snauka.ru/2015/04/10548> (дата обращения: 26.12.2018).
2. Кулаков А. А. (ред.) Общество и власть. Российская провинция. 1917—1980-е годы (по материалам нижегородских архивов). Т. 4, ч. 2: 1953 г.—1965 г. Ч. 2: Ожидание перемен и политические настроения общества, отношение к власти / редкол.: А. А. Кулаков, А. Н. Сахаров (отв. ред.) [и др.]
3. Морев М. В., Каминский В. С. Социальное настроение: факторы формирования и территориальные особенности // Проблемы развития территории. 2014. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sotsialnoe-nastroenie-factory-formirovaniya-i-territorialnye-osobennosti> (дата обращения: 25.12.2018).
4. Ольшанский Д. В. Основы политической психологии. Екатеринбург : Деловая книга, 2001. 496 с.
5. Плотникова Т. В. Политическое поведение в России. Ростов н/Д : Изд-во Рост. ун-та, 2004. 284 с.

6. Парыгин Б. Д. Анализ феномена и природы социального настроения // СОЦИС. 1998. № 5. С. 134—138.
7. Петухов В. В. Поколение «нулевых»: социальные настроения, идеологические ... Полис. Политические исследования. 2012. № 4. С. 54—62.
8. Станевич А. Ю. Политические настроения студентов вузов Москвы: социологический анализ // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2014. Вып. 2 (688). С. 183—192.
9. Станевич А. Ю. Политическое настроение: генезис и характеристика // Вестник Московского государственного лингвистического университета. Общественные науки. 2017. Вып. 4 (788). С. 235—246.
10. Станевич А. Ю. Политические настроения российской молодежи: состояние и особенности // Вестник Московского университета. Сер. 18. Социология и политология. 2018. Т. 24. № 4. с. 254—272.
11. Тощенко Ж., Харченко С. Социальное настроение. М. : Academia, 1996. 195 с.
12. Четвериков, Алексей Валентинович. Особенности социальных политических настроений в современных условиях: автореф. дис. ... канд. психол. н. М., 1999. 24 с.

**О. В. Филимонов**

## **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ПОЛИЦИИ И СЕТЕВЫХ СООБЩЕСТВ СОЦИАЛЬНОЙ НАПРАВЛЕННОСТИ**

*ФИЛИМОНОВ Олег Викторович — доктор социологических наук, доцент, профессор кафедры теории и методологии государственного управления, Академия управления МВД России, Москва, Россия*

*E-MAIL: ofilimonov@yandex.ru*

**Аннотация.** Обосновывается растущая роль сетевых сообществ в общественном дискурсе. Государство зачастую не успевает адаптироваться к новым реалиям и пытается реагировать на них привычными методами. Более того, обладая легитимным правом на принуждение и имея для этого соответствующий аппарат, власть может использовать излишние санкции для регулирования информационных потоков. Для этого есть объективные причины: информационная деятельность радикальных движений может привести к нелегитимным формам гражданской активности. При опривычивании этих действий возникает соблазн применить их в сферах, где возникает похожая активность. Социальные сообщества, таким образом, становятся удобным объектом воздействия. В сетевых сообществах формируется своеобразный социум, чья активная социальная жизнь протекает преимущественно в онлайн-режиме. Зачастую они снижают или утрачивают связь с реальностью и формируют коммуникативный дискурс сообразно своим идеализированным представлениям. Низкая степень зрелости суждений как следствие «онлайн-социализации» приводит молодежь к радикальным взглядам и суждениям. Фронтير отношения власти к сетевым сообществам зачастую перемещается в диапазоне от равнодушия, отстраненности до подозрения в имморализме к ценностям, разделяемым государством. Такое отношение к новому естественно для любой консервативной системы, какой и является государство. Но по мере поступления информации о социально-ориентированной деятельности основной массы онлайн-сообществ сетевой фронтير государственного доверия останавливается на рубеже дозволения, а затем и партнерства.

**Ключевые слова:** полиция, интернет, сетевые сообщества, онлайн-сообщества, сетевой фронтир, взаимодействие, социальное партнерство

Современные процессы в обществе характеризуются высокими темпами развития информационно-коммуникационных технологий, доступностью (в том числе и финансовой) к их возможностям. Процесс удовлетворения естественной потребности в общении с себе подобными ускоряется посредством создания виртуального социального пространства, позволяющего, в числе прочего, идентифицировать коммуникаторов по принципу «свой-чужой». Первыми подобными локациями в нашей стране стали социальные сети Facebook, «ВКонтакте» и «Одноклассники». Сущностные характеристики практик коммуникации в создающихся сообществах приводят к безграничному расширению участников дискурса. Тем самым формируемые повестки могли распространяться достаточно быстро. Это влияние стало выходить за рамки привычного «флуда». Отточив свои дискурсивно-коммуникативные способности, акторы коммуникативной деятельности стали поднимать темы, выходящие за рамки обыденного дискурса. Обсуждаемые темы стали более политизированы и, как правило, были критически акцентированы. Этот процесс происходил одновременно со снижением сакральности власти и ростом понимания, что она (власть) является такой же частью общества, как и другие общественные институты.

Произошла быстрая эволюция от сетевых дневников (интернет-блогов), где роли распределены по связи автор — подписчики («френды»), до объединения в сетевые сообщества, где участники получили равные возможности координации и согласовывания своей деятельности. Такие связи усилены эффектом прямого обращения, снижающего коммуникативное искажение. Фактически все члены сообщества видят и понимают сообщение как единственный получатель.

Американский социолог Г. Рейнгольд, входящий в диджерати — элиту компьютерной индустрии и онлайн-сообществ, под сетевыми сообществами понимает «социальные агрегации, возникающие в сети, когда достаточное количество людей в течение длительного времени принимают участие в публичных дискуссиях, испытывая человеческие эмоции, необходимые для формирования паутины личностных взаимоотношений в киберпространстве» [Rheingold, 2000]. Именно он ввел в оборот известный термин смартомб (от англ. smart mob — умная толпа), предложив обозначить им способность социальной организации к самоструктурированию посредством использования интернет-технологий.

Государство как консервативный институт объективно не успевает адаптироваться к новым реалиям и пытается реагировать на них при-

вычными методами. Более того, обладая легитимным правом на принуждение и имея для этого соответствующий аппарат, власть (иногда) использует санкции для регулирования информационных потоков. Чаще для этого есть объективные причины: информационная деятельность радикальных движений может привести (и мы являемся очевидцами данных примеров) к нелегитимным формам гражданской активности. Однако при опривычивании этих действий возникает соблазн применить их в сферах, где (возможно) возникает похожая активность. Социальные сообщества, таким образом, становятся удобным объектом воздействия. Тем более что внешне для (неискушенного) наблюдателя все очень похоже: малоконтролируемый интернет, социальные сети с быстро меняющимися формами самоорганизации, специфическое аргументирование, критический настрой. В сетевых сообществах формируется своеобразный социум («сетевой социум»), чья активная социальная жизнь протекает преимущественно в онлайн-режиме. Зачастую они утрачивают (снижают) связь с реальностью и формируют коммуникативный дискурс сообразно своим (идеализированным) представлениям. Низкая степень зрелости суждений как следствие «онлайн-социализации» приводит молодежь к радикальным взглядам и суждениям.

В информационном пространстве возникает своеобразная граница, отделяющая отклоняющуюся норму коммуникативного дискурса от общепринятой. Причем государство и участники сетевых сообществ по-разному определяют место ее прохождения. Возникает своеобразный сетевой фронт (от англ. frontier — граница, рубеж; термин введен в оборот в середине XX в. американским историком Фредериком Джексоном Тернером). Это понятие как метафору стали активно использовать в дискурсе различных областей знания. Исследователи феномена фронта сетевых сообществ понимают под ним «...подвижную границу пространства контакта, взаимовлияния и взаимопроникновения социальных и культурных практик сетевого общества и предшествующих цивилизационных социальных и культурных практик» [Морозова, Мирошниченко, Рябченко, 2016: 86].

Вопрос в том, кто же является движителем сетевого фронта, актором этого процесса? Это государственные (окологосударственные) институты или само сетевое сообщество как самоорганизующаяся структура? Последнее голосование в Государственной Думе ФС РФ по проекту федерального закона «О внесении изменений в некоторые законодательные акты Российской Федерации» [Законопроект о «суверенном интернете»...]

2019], в обиходе получившего наименование «законопроект о суверенном интернете», показало, что государство до сих пор не определилось по этой границе. Так, в официальном отзыве Правительства РФ на документ отмечено, что в нем «...имеется правовая неопределенность в вопросе о том, о каких угрозах целостности, устойчивости и безопасности функционирования сети „Интернет“ и сети связи общего пользования идет речь...» [О внесении изменений..., 2019]. Тем более что попытки регулировать контент в интернете постоянно сталкиваются с проблемой технологических новаций, нивелирующих предыдущие успехи.

Количество участников сетевых обсуждений давно перевело статус дискурса из частного в публичный. В совокупности с его политизацией это привело к усилению влияния на общественное мнение. К сожалению, помимо позитивного момента (повышения уровня гражданского сознания), есть и негативные аспекты. К примеру, потенциал сетевых сообществ используют политехнологи в целях управления электоральным поведением людей, в том числе и для деструктивных действий. За последние годы полиция пресекла деятельность ряда сетевых сообществ деструктивной направленности — привлекающих средства граждан на операции с криптовалютой, изготовителей и распространителей детской порнографии и др. Ряд общественных движений участвуют в экспертизе контента в сетевых сообществах. Так, общественное движение «Молодые юристы России» в 2017 г. проверило социальную сеть «ВКонтакте» на предмет сообществ, потенциально опасных для детей и подростков. Они проверили паблики, содержавшие призывы к применению насилия, самоубийству. По результатам проверки были выделены опасные, по мнению активистов движения «Молодые юристы России», сетевые сообщества «Четкие приколы», «МДК», «Убойный юмор», «БОРЩ», «Орленок», «Институт благородных девиц» и др. [Сетевой надзор, 2019].

Вследствие этого у государственных (правоохранительных) структур может возникнуть искаженное представление об изначальной делинквентности онлайн-сообществ, способное побудить к реагированию карательной направленности. С учетом этого повышается роль полиции в организации социального партнерства с социальными сообществами социальной направленности. Сетевые сообщества более свободны в формировании и реализации повестки дня. Коммуникаторы в процессе общения и обмена контентом в режиме реального времени имеют возможность актуализировать социальные потребности местных сообществ. Структурированное же видение общественной реальности может осуще-

ствляться в ходе неприметной и постоянной полицейской деятельности (посредством наблюдения, сбора и обработки информации), и эта реальность может быть подчинена управленческим действиям [Андреева, 2011: 68].

Социальное партнерство государства (полиции) и сетевых сообществ должно предполагать наличие взаимного интереса, доверия, паритетного участия и, возможно, правовой регламентации отношений. В онлайн-пространстве достаточно давно функционируют сетевые сообщества социальной направленности: «Теплица социальных технологий», «ЖКХ на Контроль», «Диссернет», «Открытая полиция», «Дети-404» и др. [10 российских сообществ, 2019]. Государство здесь может взять на себя функцию модератора коммуникативного дискурса, заказчика социальных услуг, используя регулятивные, финансовые и контрольно-надзорные инструменты в интересах решения совместных задач. Именно активное участие граждан в принятии властью решений, особенно касающихся их социальных проблем, позволит ей делегировать часть своих полномочий (и связанной с ними ответственности) институтам гражданского общества. Это усилит коммуникативную власть сетевого общества, снизит недоверие власти к данным формам самоорганизации людей.

### Список литературы

1. 10 российских сообществ, решающих социальные проблемы // Теплица социальных технологий. URL: <https://te-st.ru/2016/01/18/russian-communities/> (дата обращения: 14.02.2019).
2. Андреева И. А. Создание институциональной полиции как составная часть модернизации общества // Российская юстиция. 2011. № 1. С. 65—68.
3. Законопроект о «суверенном интернете» принят в первом чтении // Государственная Дума Федерального Собрания РФ. Официальный сайт. 12.02.2019. URL: <http://duma.gov.ru/news/29748/> (дата обращения: 13.02.2019).
4. Морозова Е. В., Мирошниченко И. В., Рябченко Н. А. Фронтир сетевого общества // Мировая экономика и международные отношения. 2016. Том 60. № 2. С. 83—97.
5. О внесении изменений в Федеральный закон «О связи» и Федеральный закон «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // Система обеспечения законодательной деятельности. URL: <http://sozd.duma.gov.ru/bill/6087677> (дата обращения: 13.02.2019).

6. Сетевой надзор: общественники составили список самых опасных пабликов «ВКонтакте» // RT. URL: <https://russian.rt.com/russia/article/376528-yuristy-opasnye-gruppy-vkontakte> (дата обращения: 14.02.2019).
7. Rheingold H. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Mit Press Pub., 2000. URL: [www.rheingold.com/vc/book](http://www.rheingold.com/vc/book) (дата обращения: 08.02.2019).

**С. В. Назаренко**

## **МАКСИМИЗАЦИЯ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО УЧАСТИЯ ГРАЖДАН — ПРИОРИТЕТНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОЦИАЛЬНОЙ ИНЖЕНЕРИИ (ТЕОРИИ) И ПРОСПЕКТИВНОГО СОЦИАЛЬНОГО КОНТРОЛЯ (ПРАКТИКИ)**

*НАЗАРЕНКО Сергей Владимирович — кандидат социологических наук, доцент Департамента социологии, истории и философии, Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия*

*E-MAIL: SVNazarenko@fa.ru*

**Аннотация.** Социетальный тренд общественного развития — от индустрии к потреблению — взаимосвязан с изменением управленческой парадигмы. Социоцентричную модель сменяет персоноцентричная. Востребована новая формула взаимодействия — взаимовыгодная реализация интересов участников на принципе взаимного доверия. Его содержание с позиции морального обоснования является залогом легитимации управления и контроля поведения граждан.

Стратификацию, сменившую «вчера» классификацию, «сегодня» сменяет сегментация (кластеризация). «Завтра» люди готовы объединяться не только по социально-демографическим, профессионально-должностным, культурно-досуговым критериям. Информация, технологии раскручивают «архимедову коническую спираль» гражданского участия, основанного на принципе объединения против кого-то (субъекта) или вокруг чего-то (идеи, ценности). Общественные инновации недопустимы, если не формируют и не развивают институциональное доверие.

В управлении и контроле наблюдается напряжение вследствие «запаздывания» — институционального (гражданского контроля, самоуправления) и внеинституционального (общественного мнения, социального доверия). На фоне роста значимости, востребованности практик участия граждан все более выраженным становится факт их недоверия к деятельности власти, разочарования в ней. Безотлагательность внедрения инновационных социальных технологий инициирует гражданский интерес, моду на активное институциональное участие. Максимальное расширение спектра гражданской активности и инициативы при одновременном

повышении социальной ответственности за их последствия — это приоритет стратегического государственного управления и перспективного общественного контроля.

**Ключевые слова:** социальное управление, социальный контроль, социальное доверие, социальный капитал, поведение, деятельность, участие, власть, обратная связь

Триадная (управление — соуправление — самоуправление) структура взаимодействий, находящаяся в фокусе социальной инженерии социолога, — это одна из трех плоскостей пространственно-временного континуума. Второй пространственный контекст образует триада «контроль — соконтроль — самоконтроль», третий — «участие — соучастие — самоучастие». Если управление, контроль и участие, а также самоуправление, самоконтроль и самоучастие — это явные (преднамеренные) функции, то соуправление, соконтроль и соучастие — латентные (непреднамеренные): 1) общественных объединений (организаций, движений, фондов, учреждений, органов общественной самодеятельности, политических партий) и иных негосударственных некоммерческих организаций; 2) общественных палат (РФ, субъектов РФ, муниципальных образований) и советов при федеральных органах исполнительной власти, законодательных (представительных) и исполнительных органах государственной власти субъектов РФ; 3) общественных наблюдательных комиссий и общественных инспекций; 4) групп общественного контроля и иных организационных структур — ассоциаций и союзов субъектов (агентов) общественного контроля; 5) общественных инспекторов и общественных экспертов; 6) профессиональных союзов и общественных объединений потребителей; 7) средств массовой информации и коммуникации; 8) журналистов и репортеров (корреспондентов). Временной — представлен ретроспективным, актуальным и перспективным измерением.

Социологическое объяснение и понимание взаимодействия граждан и органов власти позволяет не столько констатировать факт нормативного или отклоняющегося поведения в институциональной практике, сколько прогнозировать, проектировать, моделировать и реализовывать наиболее предпочтительную для личности и гражданского общества одну из возможных альтернатив, свободно ими выбираемых. Если явные функции подчеркивают институциональный характер реальных действий, то латентные — усиливают легитимный характер потенци-

альных взаимовыгодных действий субъекта (госслужащих) и объекта (граждан) государственного управления, агента (общественности) и контрагента (должностных лиц) гражданского контроля как участников или соучастников социального развития общества или его стагнации, разрушения.

Так, если «вчера» систему спонтанных действий сменила система социального управления, а «сегодня» ее сменяет система социального контроля, то «завтра» все более востребованной становится система социального доверия, которая: а) имеет институциональный характер; б) приобретает легитимность — поддержку ее участников. При этом чем выше социальный капитал участника взаимодействий, тем выше уровень доверия к нему со стороны других участников, тем менее актуальны государственное управление и контроль, за счет развитости самоуправления и самоконтроля граждан, то есть гражданского контроля общества над деятельностью госорганов власти.

Институциональными (общественным мониторингом, общественной проверкой, общественной экспертизой, общественным обсуждением, общественным (публичным) слушанием) формами общественного контроля и иными не противоречащими федеральным законам формами взаимодействия институтов гражданского общества с государственными органами и органами местного самоуправления обеспечивается реализация и защита как прав и свобод человека и гражданина, так прав и законных интересов общественных объединений граждан. Учет их мнения, предложений и рекомендаций при принятии государственных и муниципальных решений максимизирует, усиливает легитимность власти. Общественный контроль все более становится неотъемлемым элементом современного гражданского общества.

19 комиссий пятого созыва (2017—2020 гг.) Общественной палаты РФ согласовывают, с одной стороны, интересы граждан и общественных объединений, а с другой — органов государственной власти и местного самоуправления. В фокусе внимания 168 членов палаты вопросы: а) экономического и социального развития; б) обеспечения национальной безопасности; в) гарантий и защиты прав и свобод граждан; г) конституционного строя; д) демократических принципов развития отечественного гражданского общества. Ежегодно в форме доклада анализируется состояние гражданского общества в Российской Федерации, в том числе тренд эффективной деятельности общественных палат субъектов РФ и муниципальных образований [Общественная палата РФ, 2019].

С развитием демократии в общественно-политической жизни страны обретают институциональный характер разного рода площадки диалога власти и граждан. Почти за пять лет (с мая 2014 г.) на сайте «Активный гражданин» прошло 3914 голосований, в которых приняли участие 2216 750 граждан, высказавших 114 970 147 мнений по общегородским, отраслевым и районным проблемам развития Москвы [«Активный гражданин», 2019]. За шесть лет (с марта 2013 г.) посредством интернет-ресурса «Российская общественная инициатива» было выдвинуто 14 586 гражданских инициатив (почти одна инициатива в день), которые рассмотрены экспертными группами [Российская общественная инициатива, 2019]. Публикация петиции становится все более распространенным способом выразить свою гражданскую позицию по вопросам об экономике и финансах, о политике и праве (принимаемых законах), о безопасности и армии, о науке и образовании, о культуре и искусстве, о физической культуре и спорте, о медицине и здоровье, решении городских и сельских проблем, проблем экологии и защиты животных и др.

В соответствии с законом неуклонного роста благосостояния граждан не только улучшается качество и повышается уровень жизни населения, но и возрастает требовательность людей к власти, ее представителям. Особенно когда в силу разного рода причин они недостаточно профессионально исполняют свои должностные обязанности или допускают халатность, неуважительное отношение относительно определенных категорий населения. Следует признать наметившийся тренд — власть оперативно реагирует на негативные факты. Чиновники, подрывающие доверие к органам власти, находятся не только в фокусе государственного, но и общественного контроля. Однако латентной дисфункцией их опрометчивых действий становится набирающий популярность тренд неуважительного отношения граждан к власти. Наиболее явно это выражено среди тех, кому доступна возможность публично высказывать свою позицию.

Хаос в мыслях и средствах их выражения востребует обновленную версию демократии 6.0, предпосылки которой заложили 1.0 — партийная демократия (1985—1991 гг.) М. С. Горбачева, 2.0 — либеральная демократия (1992—1999 гг.) Б. Н. Ельцина, 3.0 — суверенная демократия (2000—2008 гг.) В. В. Путина, 4.0 — правовая демократия (2008—2012 гг.) Д. А. Медведева, 5.0 — парламентская демократия (2012—2018 гг.) В. В. Путина.

Альтернативные векторы ее обновления — бюрократическая или институциональная демократия. Постиндустриальные тенденции (ин-

форматизация, открытость, гласность) развития российского общества свидетельствуют о наличии объективных условий, не позволяющих реализовать модель бюрократической демократии. Более того, легитимация власти востребует модель институциональной демократии, основу которой образует: 1) профессиональная деятельность; 2) морально-этическая (морально-нравственная) зрелость; 3) социальная ответственность. Это не только залог будущих социально-политической стабильности и социально-экономического развития, но и «прививка» против «усталости от власти».

Результаты исследований ВЦИОМ, ФОМ, «Левада-Центра», Edelman аргументированно доказывают актуальность данного феномена. Доверие россиян к различным общественным институтам стремительно «тает». Отчетливо это выражено по отношению к оппозиции, политическим партиям, профессиональным союзам. СМИ и общественным организациям доверяет только лишь каждый третий-четвертый россиянин.

В стремлении восстановить доверие и занять в разного рода рейтингах более престижные места общественные организации и их представители все чаще стали использовать «жареные факты», непроверенную информацию. Недостаточно социально ответственное предоставление информации гражданам почти «утопило их в фейковых новостях». Так, в рамках зарождающейся институциональной демократии объективно стали востребованы принятые законы о недопустимости и блокировке фейковых новостей и неуважении к власти в СМИ. Сто лет назад американское общество излечило данный недуг, когда конгресс США принял в 1917 г. «Закон о шпионской деятельности» и в 1918 г. — «Закон о подстрекательстве к бунту». Обнародованные в СМИ материалы, критикующие политику правительства США, объявлялись незаконной публикацией. В современном российском обществе сформировался идентичный запрос на взаимные искренность и доверие власти и народа. Именно оно лежит в основе взаимовыгодного сотрудничества властных, бизнес и гражданских структур.

Таким образом, внутренним национальным резервом стратегического социально-экономического развития страны является зарождающаяся институциональная демократия, сущностными чертами которой является максимизация институционального участия граждан в решении актуальных задач, стоящих перед обществом в довольно сложных и противоречивых международных условиях. Созданные ранее традиционные общественные институты и обновляемые вновь, а также инновационные

общественные площадки, предназначенные для публичных дискуссий и достижения консенсуса, потенциально способны наладить диалог без фейков, фальши, лицемерия, троллинга. Сегодня власть инициировала субординирование интересов россиян не экспериментальными (стихийными) способами, а институциональными формами политического участия и реализации гражданских инициатив.

### **Список литературы**

1. «Активный гражданин» — электронные референдумы / Официальный сайт, 2019. URL: <https://ag.mos.ru/> (дата обращения: 09.03.2019).
2. Общественная палата Российской Федерации / Официальный сайт, 2019. URL: <https://opr.f.ru/> (дата обращения: 09.03.2019).
3. Российская общественная инициатива / Официальный сайт, 2019. URL: <https://www.roi.ru/> (дата обращения: 09.03.2019).

**Т. В. Евгеньева**

## **ИДЕНТИФИКАЦИОННОЕ ИЗМЕРЕНИЕ ОБРАЗА СТРАНЫ: МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИНТЕРПРЕТАЦИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ**

*ЕВГЕНЬЕВА Татьяна Васильевна — кандидат исторических наук, доцент кафедры социологии и психологии политики, МГУ им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия; профессор департамента политологии и массовых коммуникаций, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия*

*E-MAIL: etv133@mail.ru*

*ORCID: 0000-0002-4711-5476*

**Аннотация.** В рамках проблемы изучения идентичностей в современной России особое место занимает необходимость определения и исследования такого явления, как национально-государственная идентичность. Цель исследования предполагает изучение системы образов и символов, ассоциирующихся в сознании граждан с понятием «Россия» как в культурно-историческом (образы страны и народа), так и в политическом значении (государство и его институты, в том числе геополитическая составляющая образа России-государства). Специфика данного подхода предполагает изучение как рациональных, так и иррациональных аспектов национально-государственной самоидентификации российских граждан. Методология исследования базируется на сочетании количественных и качественных методов, разработанных в рамках научной школы кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова. На основе полученных в результате серии прикладных исследований эмпирических данных были выявлены особенности образа России в сознании граждан, их смысловое содержание, роль и место в пространстве российской идентичности; выявлены и проанализированы основные содержательные параметры, образно-символические элементы и концептуально-смысловые интенции, характеризующие данный образ; сформулированы предложения, направленные на концептуализацию политики идентичности в коммуникативном пространстве (в том числе в пространстве рунета), в условиях роста информационно-психологических угроз и вызовов, адресованных российскому обществу. Особенностью ценностно-символического пространства российской идентичности в «посткрымский период» становится ее одновременное расширение и поляризация содержания идентификационных процес-

сов: образ России усложняется, становится более конкретизированным, но при этом растет его эмоциональная противоречивость, в структуре образа возникают радикально негативные компоненты, которые сосуществуют с обостренно патриотическими символами.

**Ключевые слова:** идентичность, самоидентификация, национально-государственная идентичность, кризис идентичности, образ России, образы, символы, ценности

**Благодарность.** Исследование выполнено в рамках проекта РФФИ № 18-011-01138А «Образ страны в российском обществе: политико-психологический анализ».

В рамках проблемы изучения идентичностей в современной России особое место занимает необходимость определения и исследования такого явления, как национально-государственная идентичность. Под национально-государственной идентичностью мы будем понимать «исторически и культурно обусловленную психологическую самоассоциацию личности с геополитическим образом (образами) определенной национально-государственной общности, имеющая в своем основании личностные мотивы и социальные ценности, закрепляющаяся и проявляющаяся через символические репрезентации» [Титов 2012: 62]. Данный подход стал основанием исследований, проводимых на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова. Предметом их служит национально-государственной идентичности в целом, а также его отдельные аспекты, в том числе идентификационного измерения образа страны в сознании российских граждан [Евгеньева, Селезнева, 2007; Евгеньева, Титов, 2010; Евгеньева, Селезнева, 2016; Евгеньева, Титов, 2017; Евгеньева, Селезнева 2017; Евгеньева, Усманова 2018], занимающее ключевое место в процессе их национальной и гражданской самоидентификации.

Цель исследования предполагает комплексное изучение системы образов и символов, ассоциирующихся в сознании граждан с понятием «Россия» как в культурно-историческом (образы страны и народа), так и в политическом значении (государство и его институты, в том числе геополитическая составляющая образа России-государства). Исследование подтвердило гипотезы авторов об особой роли образов «своего» и «чужого», часто трансформирующегося во «врага», в идентификации россиян

как с Россией-страной, так и с Россией-государством. Анализ эмпирического материала позволяет выявить смыслообразующие контуры и основные направления формирования и трансформации образа страны, влияния этих процессов на национально-государственную идентичность граждан России.

В основе всех исследований лежит комплексная политико-психологическая модель, предполагающая изучение трех базовых уровней самоидентификации: конкретное ценностно-смысловое наполнение российской идентичности, совокупность символов, через которые происходит репрезентация основных элементов образа страны и государства, а также не до конца осознаваемое политико-психологическое ощущение «образа России». Первый уровень рассматривает представления респондентов о российской истории, территории, настоящем и будущем российской государственности, месте России в современном мире. Второй учитывает символическую составляющую самоидентификации российских граждан в условиях динамичной социально-политической реальности, в том числе под воздействием технологий репрезентации образа России через традиционные СМИ и новые медиа. Третий уровень предполагает анализ пространственных и темпоральных характеристик, образа «Я» в контексте представлений о том «кто мы?».

Специфика данного подхода предполагает изучение как рациональных, так и иррациональных аспектов национально-государственной самоидентификации российских граждан.

Методология эмпирического исследования базируется на сочетании количественных и качественных методов, разработанных в рамках научной школы кафедры социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. М. В. Ломоносова, возглавляемой Е. Б. Шестопаля [Шестопаля, 2012].

Формализованное интервью предполагает выявление специфики представлений россиян о России-стране и России-государстве, диагностику особенностей национально-государственной самоидентификации российских граждан, в том числе места образов «своих» и «чужих», «друзей» и «врагов». В рамках исследования учитываются социально-демографические, территориальные и этнокультурные характеристики респондентов. Формализованное интервью включает техники неоконченных предложений, шкалирование, семантический дифференциал. Интерпретация данных опроса осуществляется, в том числе, через ли-

нейные распределения и взаимосвязь переменных, построение матриц корреляционного и кластерного анализа переменных.

Проективные методики (рисунок — свободные ассоциации, картоидный тест) — нацелены на диагностику эмоциональных и глубинных оснований восприятия российскими гражданами образа России и окружающего политического пространства. Указанные методики позволяют оценить неосознаваемую составляющую самоидентификации россиян, реконструировать многомерную пространственно-темпоральную модель образа России, сложившегося у различных политических поколений российских граждан.

В исследовании применяется специфический инструмент качественного политико-психологического исследования — проективная методика сопряженных психологических рисунков «Россия мой дом» в прошлом, настоящем и будущем, разработанных российской политико-психологической школой. Указанная проективная методика позволяет выявить целостную картину темпоральных представлений, сложившуюся в сознании российских граждан. Использование картоидных тестов дает возможность выявить представления российских граждан о возможных (желаемых) изменениях границ России в будущем (территориях, которые могут войти в состав РФ или выйти из него).

Анализ данных проективных тестов осуществляется на основе психологической оценки цветового решения, характера заполнения листа, размера и расположения изображений на листе, силы/слабости, сложности/простоты, абстрактности/конкретности, структурированности/фрагментарности, уникальности/стереотипности, формализации/расширения интерпретационного ряда, модальности, динамизма объектов.

На основе полученных в результате серии прикладных исследований эмпирических данных были выявлены особенности образа России в сознании граждан, их смысловое содержание, роль и место в пространстве российской идентичности; выявлены и проанализированы основные содержательные параметры, образно-символические элементы и концептуально-смысловые интенции, характеризующие данный образ; сформулированы предложения, направленные на концептуализацию политики идентичности в коммуникативном пространстве (в том числе в пространстве рунета), в условиях роста информационно-психологических угроз и вызовов, адресованных российскому обществу [Евгеньева, Селезнева, 2017; Евгеньева, Титов, 2017; Евгеньева, Усманова, 2018].

Формирование национально-государственной идентичности в России — сложный и противоречивый процесс, обусловленный целым рядом фак-

торов социокультурного, исторического, геополитического характера. Целенаправленная политика государства по формированию идентификационных оснований российской идентичности практически отсутствовала в течение длительного времени (1990-е — 2000-е гг.), ввиду в целом сложного периода кризисных трансформаций и необходимости поиска ценностно-идеологических концептов, символических (героико-патриотических, историко-культурных, политико-идейных и др.) образов для преодоления кризиса идентичности, настигшего Россию в период распада СССР и формирования РФ. Кризисные тенденции не в полной мере преодолены и до настоящего времени, они лишь меняют свою специфику под влиянием геополитической и экономической повестки последних лет [Евгеньева, Селезнева, 2007; Евгеньева, Титов, 2010].

Что касается становления национально-государственной самоидентификации молодежи, то этот процесс происходит под значительным влиянием интернет-коммуникации и циркулирующих в пространстве рунета дискурсивных практик. С этим связаны многочисленные симулятивные политические идеи, которые воспринимаются молодежью как реалистичные (Навальный, Дудь и др.). Особенность восприятия молодежью политической информации в онлайн-среде связана с деятельностью новых «виртуальных» агентов и институтов социализации, существующих в пространстве рунета (реальным политическим институтам молодые люди, как показывают результаты исследований, доверяют не в полной мере).

Ценностно-символическое пространство российской идентичности в «посткрымский период» одновременно характеризуется расширением и поляризацией содержания идентификационных процессов: образ России усложняется, становится более конкретизированным, но при этом растет его эмоциональная противоречивость, в структуре образа возникают радикально негативные компоненты, сосуществующие с обостренно патриотическими символами. Следует отметить, что в этот период появляется рассогласование между образами России-страны и России-государства (Россия — сильная страна с великой историей и достойным народом, с одной стороны, и Россия — государство коррумпированных чиновников — с другой); агрессивная патриотическая риторика со стороны государства и отсутствие четко сформулированных, понятных целей и смыслов, составляющих образ будущего.

Указанные противоречия становятся одним из факторов протестной активности граждан, усиливающейся, часто не целенаправленно, сооб-

щениями средств массовой информации, материалами из интернета, транслирующими символы агрессии и противостояния.

### **Список литературы**

1. Евгеньева Т. В., Селезнева А. В. Образ врага как фактор формирования национальной идентичности современной российской молодежи // Полития. № 3. 2007. С. 83—92.
2. Евгеньева Т. В., Титов В. В. Формирование национально-государственной идентичности российской молодежи // Полис. № 4. 2010. С. 122—134.
3. Евгеньева Т. В., Селезнева А. В. Советское прошлое в ценностном и образно-символическом пространстве российской идентичности // Полис. № 3. 2016. С. 25—39.
4. Евгеньева Т. В., Титов В. В. Образы прошлого в российском массовом политическом сознании: мифологическое измерение // Политическая наука. № 1. 2017. С. 120—138.
5. Евгеньева Т. В., Селезнева А. В. Трансформация национально-государственной идентичности российской молодежи в постсоветский период: ценностные основания и символические репрезентации // Полития. № 4. 2017. С. 48—64.
6. Евгеньева Т. В., Усманова З. Р. «Свои» и «чужие»: образы зарубежных государств в процессе восприятия России ее гражданами // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. № 2. 2018. С. 47—75.
7. Титов В. В. Национально-государственная идентичность российской молодежи в начале XXI века. М. : Макс прес, 2012.
8. Шестопап Е. Б. (ред.) Психология политического восприятия в современной России. М. : РОССПЭН, 2012.

**К. О. Магомедов**

## **МОДЕЛЬ МОНИТОРИНГА ВЛИЯНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ РАБОТЫ ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАЖДАНСКИХ СЛУЖАЩИХ**

*МАГОМЕДОВ Керем Османович — доктор социологических наук, профессор кафедры управления персоналом факультета управления персоналом и государственной службой, Институт государственной службы и управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (ИГСУ РАНХиГС), Москва, Россия*

*E-MAIL: m-kerem@mail.ru*

*ORCID: 0000-0003-3117-3564*

**Аннотация.** Проблема эффективности деятельности работников государственных органов сохраняет актуальность для российской системы государственного управления и общества. В научной литературе можно встретить различные подходы к выбору критериев и оценке профессиональной деятельности государственных гражданских служащих, но социологически обоснованных и апробированных на основе исследований моделей их применения явно недостаточно. При этом недооценивается влияние социальных факторов на эффективность профессиональной деятельности государственных гражданских служащих. Изучение этого влияния прошло в рамках НИР 2017 и 2018 гг. учеными ИГСУ РАНХиГС. В результате вначале была разработана методологическая основа исследования, а на ее основе сформирована и апробирована модель социологического мониторинга. Полученные в ходе апробации модели результаты показали, что в выделенных группах социальных факторов их влияние оценивается государственными гражданскими служащими в целом на уровне выше средних оценок. Также определено и факторное ядро, в которое вошли наиболее значимые по степени влияния факторы, активно воздействующие на государственных служащих в социально-организационной, социально-правовой, социально-экономической, социально-профессиональной (кадровой), социально-культурной, мотивационной и др. областях, в которых можно выделить параметры и показатели для мониторингового контроля текущего состояния этих факторов, определения тенденций их изменений. Основные результаты апробации модели социологического мониторинга представлены в настоящем материале.

**Ключевые слова:** государственное управление, эффективность государственного управления, государственные гражданские служащие, социальные факторы, социологический мониторинг, социальное моделирование

В ряде научных публикаций предложены различные научно обоснованные вариации алгоритма выбора критериев оценки эффективности профессиональной деятельности государственных гражданских служащих [Барциц, 2010; Жильцов, 2017; Пономаренко, 2017]. В качестве критериев делового оценивания чаще всего выступают формализованные требования к гражданским служащим по должности, занимаемой на государственной службе. Но с социологических позиций важен не только анализ теоретико-методологических основ оценки эффективности работы государственных гражданских служащих, но и разработка и внедрение современных методик оценки влияния социальных факторов на эффективность работы госслужащих.

Методологическая проработка исследовательского подхода к изучению влияния социальных факторов на эффективность работы государственных гражданских служащих позволила определить структуру этих факторов с учетом областей их проявления (групп) и сформировать модель социологического мониторинга их воздействия, которая прошла апробацию в ходе выполнения НИР РАНХиГС в 2018 г. [Магомедов и др., 2018]. Всего по группам к оценке было представлено 33 социальных фактора, влияющих на эффективность работы государственных гражданских служащих. Для оценки степени влияния социальных факторов на эффективность работы государственных гражданских служащих была применена номинальная шкала от 1 до 5, что дало возможность определить «вес» каждого фактора, группы факторов, сравнить средние отклонения и т. п.

Изучение показателей степени влияния всех отраженных в методике социологического мониторинга социальных факторов на эффективность работы государственных гражданских служащих по социально-демографическим и социально-профессиональным характеристикам (группам) участников исследования выявили различия в субъективных оценках участников исследования. Наиболее заметные из них заключаются в следующем:

- среди работников федеральных государственных органов большинство измеренных по степени влияния факторов имеют меньшие значения показателей, чем для работников государственных

- органов субъектов Российской Федерации; при этом нужно учитывать, что на уровне субъектов РФ имеются региональные особенности в плане организации и обеспечения функционирования государственных органов;
- государственные гражданские служащие — женщины определяют в целом более высокие показатели влияния социальных факторов на эффективность своей работы, чем государственные гражданские служащие — мужчины, что является существенным гендерным признаком их субъективных оценок и более эмоционального восприятия условий деятельности;
  - имеются различия в оценках по возрастным категориям государственных гражданских служащих, которые определяются множеством причин, в том числе таких как профессиональный и социальный (жизненный) опыт, способность к получению и применению на практике новых знаний и технологий работы, уровень социальных и профессиональных ожиданий, социально-психологические особенности восприятия социальной реальности и условий своей профессиональной деятельности и т. д.;
  - по категориям и группам должностей государственных гражданских служащих следует выделить прежде всего различие оценок руководителями и специалистами, которые обусловлены тем, что первые в своих мнениях отражают в определенной степени меру своей должностной ответственности в рамках предоставленных им компетенций, прав и обязанностей, а вторые — свое субъективное восприятие всего комплекса условий, в которых они ведут работу, реализуют свои социальные и профессиональные ожидания и т. п.;
  - различаются мнения государственных гражданских служащих и в зависимости от стажа государственной гражданской службы. Прослеживается связь с возрастными различиями, что естественно, и с переоценкой своих профессиональных ожиданий, на реализацию которых также влияют рассматриваемые социальные факторы. Это оказывает негативное воздействие на эффективность работы государственных гражданских служащих, если ожидания не оправдываются (детальное рассмотрение этой причины требует специального исследования), или позитивное — если оправдываются.

Анализ измеренных параметров влияния социальных факторов на работу государственных гражданских служащих (всего выбрано 7 из 33, получивших наибольшие оценки влияния) показывает следующее.

*Первая позиция: социально-экономический фактор «общественная значимость решаемых государственным органом социально-экономических задач» (среднее значение 3,97 балла).* Этот фактор можно отнести к области профессиональной престижности работы на социально и экономически значимых направлениях государственного управления, что может способствовать формированию у государственных гражданских служащих социально-психологических установок на эффективность и результативность в своей деятельности, но может и выступать основанием демотивации в случае, если решаемые государственным органом вопросы малозначимы, рутинны и т. п.

*Вторая позиция: социально-правовой фактор «уровень правовых знаний государственных гражданских служащих и способность их применения на практике» (среднее значение 3,91 балла).* Данный фактор по степени воздействия больше выделяют работники государственных органов субъектов Российской Федерации, что может говорить о наличии в регионах проблем с правовой подготовкой государственных гражданских служащих (необходим анализ образовательного пространства региона).

*Третья позиция: социально-экономический фактор «полнота ресурсного обеспечения выполнения государственным органом своих функций» (среднее значение 3,89 балла).* Этот фактор оценивается по степени своего воздействия выше работниками государственных органов в субъектах Российской Федерации и заметно ниже — в федеральных государственных органах, и это можно считать определенным показателем в разрыве реальных возможностей обеспечения функционирования государственных органов между центром и регионами.

*Четвертая позиция: социально-профессиональный (кадровый) фактор «реальные возможности кадрового обеспечения государственных органов высококвалифицированными специалистами» (среднее значение 3,88 балла).* Данный фактор среди участников исследования в большей степени выделяют государственные служащие региональных органов государственной власти и управления, чем федеральных, что, учитывая общую кадровую ситуацию в российских регионах (требует отдельного анализа по каждому региону), говорит об ограниченности региональной базы кадрового ресурса для государственной гражданской службы.

*Пятая позиция: социально-культурный фактор «общий культурный уровень государственных гражданских служащих» (среднее значение 3,85 балла).* Влияние данного фактора в большей степени выделяют представители федеральных государственных органов, для которых

проблемы государственной культурной политики, возможно, более актуальны, так как культурный уровень федеральных государственных служащих находится под более широким вниманием СМИ, политических и гражданских организаций, граждан в силу большей (общероссийской, а не только внутри конкретного субъекта Российской Федерации, где федеральное ведомство ведет свою деятельность) публичности, чем у их коллег — регионалов.

*Шестая позиция: социально-правовой фактор «правовое обеспечение ответственности государственных гражданских служащих» (относительно их деятельности или бездеятельности) (среднее значение 3,85 балла).* Воздействие этого фактора среди участников исследования в большей мере выделяют работники федеральных государственных органов, по сравнению с работниками государственных органов субъектов Российской Федерации, что можно отнести к большей определенности вопросов ответственности государственных гражданских служащих в регионах и ее соотношения с реально проявляющимися проблемами на местах.

*Седьмая позиция: социально-культурный фактор «соответствие уровня профессионального образования государственных гражданских служащих содержанию выполняемых ими функций» (3,82 балла).* В данном случае фактор профессиональной подготовки более значим для представителей региональных органов государственной власти и управления, чем федеральных.

Кроме того, инструментарий мониторинга включает в себя и некоторые другие вопросы, относящиеся к теме исследования и способствующие решению поставленных в нем задач. Полученные в исследовании результаты и выводы могут послужить основой для организации постоянного социологического мониторинга по данной проблеме в масштабе всей системы государственной гражданской службы Российской Федерации, в субъектах РФ, в отдельных государственных органах.

### **Список литературы**

1. Барциц И. Н. Показатели и критерии эффективности государственного управления. М. : РАГС, 2010. 256 с.
2. Данькова Е. В. Оценка динамики кадровых процессов на государственной гражданской службе // Проблемы профессионального развития и кадровых процессов на государственной гражданской службе: социологический аспект : монография / общ. ред. А. И. Турчинова. М. : Изд-во ООО «Буки Веди», 2014. С. 130—149.

3. Жильцов В. И. Оценка эффективности в системе государственной службы : учебное пособие. М. : Проспект, 2017. 95 с.
4. Магомедов К. О., Пономаренко Б. Т., Халиков М. С. Социальные факторы эффективности государственной гражданской службы. Методология социологического анализа. Научное издание / под общ. ред. Магомедова К. О., Пономаренко Б. Т. М. : Международный издательский центр «Этносоциум», 2018. 136 с.
5. Пономаренко Б. Т. Влияние социальных факторов на эффективность государственной гражданской службе // Этносоциум и межнациональная культура. 2017. № 4 (106). С. 26—31
6. Халиков М. С. Методология анализа социальных факторов государственного управления // в сб. Социально-экономические и правовые проблемы повышения эффективности российской экономики. Межвузовский сборник научных статей. Вып. 4. М. : Университетская книга, 2017.

**Д. Г. Передня**

## **ВЕДОМСТВЕННЫЙ МОНИТОРИНГ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ О ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОЛИЦИИ: ИТОГИ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

*ПЕРЕДНЯ Дмитрий Григорьевич — кандидат социологических наук, доцент, Академия управления МВД России, Москва, Россия*

*E-MAIL: 2975829@mail.ru*

**Аннотация.** В статье рассмотрена современная практика изучения общественного мнения о деятельности полиции с использованием сотрудников органов внутренних дел России как основных исполнителей полевого этапа исследования. Статья преследует цель обобщить накопленный опыт проведения социологических исследований в данной области и описать складывающиеся тенденции. На основе экспертного опроса участников исследования проанализированы опыт ведомственного ежегодного мониторинга общественного мнения о деятельности полиции и качество проводимых исследований. Осуществлен сравнительный анализ результатов опросов, выполненных на региональном уровне различными исследовательскими группами. В качестве примера представлены результаты шести исследований, проведенных в Челябинской области по одинаковым показателям. Обнаружено значимое расхождение в данных, полученных в ходе исследований, исполнителями которых являются представители органов внутренних дел. Сгруппированы и описаны причины, детерминирующие расхождения в данных. Высказаны предположения о возможных вариантах оптимизации социологического обеспечения деятельности российской полиции.

**Ключевые слова:** общественное мнение, полиция, доверие, мониторинг, эффект интервьюера, социологическое обеспечение

В органах внутренних дел (ОВД) России в течение последних двух лет действуют относительно новый состав, порядок и организация деятельности рабочих исследовательских групп, которые осуществляют мониторинг о деятельности полиции. Подробнее с новыми правилами и ведомственной спецификой исследований общественного мнения о деятельности полиции можно познакомиться отдельно [Передня, 2018: 115]. Цель статьи — обобщить накопившийся за это время опыт

проведения социологических исследований в данной области, описать складывающиеся тенденции.

Общий замысел организации и проведения изучения мнения населения о деятельности полиции в территориальных органах МВД России на районном уровне и в городских округах основывается на том, что из состава сотрудников структурных подразделений полиции формируются временные, нештатные исследовательские коллективы. Руководители ОВД чаще всего формируют исследовательские группы из числа сотрудников. В них обычно включают участковых уполномоченных, сотрудников подразделений по делам несовершеннолетних, штабов, отделов информации и связей с общественностью. Исследование проводится путем опроса (интервьюирования) населения.

В целях обеспечения качества проведения опросов организуются тренинги рабочих групп, направленные на координацию действий и закрепление навыков в проведении опросов. Теоретически в организации и проведении изучения мнения населения о деятельности полиции учтены все основные моменты и прослеживается желание обеспечить как можно более высокое качество эмпирических данных. Как же обстоят дела на практике? Для того что бы понять это, возьмем один из типичных регионов России и на его примере проанализируем результаты социологических исследований за год.

В течение 2017 г. состояние общественного мнения о деятельности полиции в Челябинской области изучалось шесть раз. Показатели были в основном одни и те же, прежде всего речь шла об уровне доверия полиции и уверенности граждан в своей защищенности. Изначально опрос, проведенный федеральной службой охраны России (ФСО) в начале года в целом по области, констатировал низкие показатели по сравнению с другими регионами (см. таблицу 1). В мае 2017 г. социологическое исследование по такому же кругу вопросов, проведенное при участии специалистов ВНИИ МВД России и представителей Академии управления МВД России, показало несколько лучшие результаты.

В сентябре 2017 г. результаты собственных исследований общественного мнения на своем сайте разместил Челябинский филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (РАНХиГС). В октябре было организовано и проведено исследование мнения населения о защищенности и доверии к ОВД силами рабочих групп, сформированных из числа сотрудников. Были получены самые высокие значения по всем показателям.

Примерно в это же время «Исследовательский центр маркетинга и социологии» провел исследование по аналогичным вопросам по заказу Аппарата губернатора и Правительства Челябинской области, инициированному главным управлением МВД России. Их оценочные показатели ниже ведомственных, но выше результатов, полученных ФСО. И, наконец, для получения объективной информации и контроля полученных в течение года результатов социологических опросов на районном и городском уровнях было организовано вневедомственное социологическое исследование мнения населения Челябинской области (выборочно по трем городским округам и одному муниципальному району) силами социологов Института экономики Уральского отделения Российской академии наук (ИЭ УрО РАН). Показатели всех исследований представлены в таблице 1.

Таблица 1. **Оценочные показатели общественного мнения о деятельности полиции (%)**

	ФСО	РАНХиГС	ВНИИ МВД	Исследо- ватель- ский центр	Соцопрос силами ОВД региона	ИЭ УрО РАН
	<i>(по Челябинской области)</i>					
Уверенность в защищен- ности	27,3	35,1	49,2	44,2	77,7	60,6
Доверие к ОВД	32,5	34,4	54	48,2	79	22,9
Оценка эффектив- ности дея- тельности ОВД	28,5	—	55,1	52,4	78,4	59,2

Примем во внимание, что в течение всего года отделом информации и общественных связей ОВД по Челябинской области предпринимались усилия, направленные на формирование положительного общественного мнения о деятельности полиции. Было, например, значительно увеличено количество размещенных в СМИ и интернете информационных материалов. Подобные действия сказались на росте измеряемых показателей к концу года. Но даже с учетом этого значения переменных, измеренные усилиями рабочих групп региональных ОВД, заметно превышают результаты других исследовательских групп. В 2018 г. ситуация повторилась.

Мы рассмотрели опыт изучения общественного мнения в других регионах, например, Вологодской, Нижегородской, Мурманской областях, где в этот же период проводилось несколько исследований по схожим методикам, и тоже не только рабочими группами из числа сотрудников ОВД. Во всех случаях наблюдалась схожая закономерность, основные показатели — защищенность, доверие, эффективность, — были выше в среднем на 25 % в тех случаях, когда все этапы исследования осуществлялись сотрудниками территориальных органов МВД России. В целом по России встречаются ситуации, когда превышение значительно больше указанных процентов, например, это чаще можно наблюдать в регионах Северного Кавказа. Как правило, такой исход объясняется причинами, из-за которых исследовательские практики выходят за пределы научного поля. Опросы имитируются, фальсифицируются, разными способами искажаются, фактически они становятся псевдоисследованиями. Экстремальные отклонения значений признаков от реальных показателей и причины, породившие их в данном случае, не станут предметом рассмотрения.

Для целей нашей статьи важно отметить, что даже когда руководитель исследовательской группы, в состав которой входят сотрудники ОВД, тщательно подходит к организации и проведению всех этапов исследования и имеет высокую убежденность в важности опросов общественного мнения, личную заинтересованность в том, чтобы данные были максимально достоверными, все равно превышение показателей составляет порядка 20 %. Мы проанализировали причины, обуславливающие такое положение дел. Сгруппируем и опишем основные из них.

1. Организационно-процедурные. Кому бы ни поручили возглавить рабочую группу, и для него, и для остальных членов исследовательского коллектива проведение опроса, обработка и хранение результатов изучения мнения населения о деятельности полиции является дополнительной нагрузкой к основным обязанностям. Опрос экспертов, знающих положение дел с бюджетированием времени в ОВД России, показал, что для большинства сотрудников рабочий день с 8:00 и до 21:00, не более чем с одним выходным, зачастую с неиспользованными отпусками за несколько лет — это норма. Некоторые расчеты показывают, что даже если участковый уполномоченный будет ежедневно все 24 часа тратить на выполнение своих конкретно сформулированных обязанностей, то все равно он не сможет все их выполнить.

Ситуация усугубляется не полной укомплектованностью подразделений и относительно большой текучестью кадров. В результате многое

выполняется формально — «на бумаге», частично, поверхностно (это применительно к непосредственным обязанностям сотрудников). Такие же установки и практики, только в усиленном варианте, обнаруживаются у тех сотрудников, которых привлекли к исследованию общественного мнения. В итоге интервьюеры нацелены на минимизацию времени, и им неважно как это скажется на качестве исследования. Они допускают отклонения от маршрутов, не соблюдают структуру выборки, используют административный ресурс для сокращения сроков проведения полевого этапа исследования. При всех удобных случаях они стараются раздать для заполнения опросные листы знакомым, работникам учреждений, предприятий.

В эту же группу причин следует отнести тот факт, что показатели отношения общественности к полиции — один из основных критериев ее официальной оценки. Следовательно, хорошо провести опрос — это значит не выявить объективную реальность — то, как действительно относятся к полиции, а снизить рейтинг своего территориального органа в общем рейтинге, создать угрозу применения формальных негативных санкций в отношении подразделений, руководителей, сотрудников. Другими словами, исследователи в таких случаях не могут быть нейтральными в своих действиях, а значит, не могут быть и объективными. Например, зная положение дел на территории, даже те, кто планируют маршрутные листы, будут выбирать преимущественно те населенные пункты и улицы, где ситуация благоприятнее и отношение к полиции несколько лучше.

2. Профессионально-смысловые. В эту группу вошли причины, связанные с подготовкой участников исследования, степенью осознанности их решений, действий, личностным смыслом проделываемой работы. Дело в том, что многие из них не понимают и не разделяют основные принципы исследовательской деятельности. В значительной степени это объясняется юридическим образованием сотрудников полиции и опытом службы в ОВД, где почти все обуславливается формой права. Специфика деятельности и временной режим службы, о чем велась речь выше, исключают вероятность приобретения необходимых социологических знаний путем самообразовательной деятельности. Последняя, кроме того, что имеет сложную структуру и многообразное содержание, предполагает высокий уровень целерациональной или процессуальной мотивированности [Передня 2003: 32].

«Самоограничение» исследователей рамками действующего законодательства и стереотипами правоохранительной системы приводит к не-

осознанному стремлению обеспечить получение наилучших показателей общественного мнения. Кроме того, неявным образом, но проявляется желание получить уровень показателей лучше, чем он был в прошлом году. Так называемый АППГ — аналогичный показатель прошлого года, по которому традиционно ориентируются в ОВД, переносится и на результаты опросов.

Контуры общественного мнения по широкому кругу вопросов определяются вариациями информационного потока, содержащегося в дискурсе лидеров мнений, индивидуальными различиями в политических ценностях и другими факторами предрасположенности [Цаллер, 2004: 39]. Например, на доверие к правоохранительным органам могут влиять резонансные события, случившиеся накануне опроса, частая смена региональных руководителей ОВД, геополитические события. Резкий подъем уровня доверия ко всем государственным институтам — почти в два раза, в том числе и к полиции, наблюдался, например, в 2014—2015 гг., затем вернулся к прежним значениям. Установки исследователей и их ожидания постоянного улучшения отношения к органам внутренних дел со стороны населения не вполне адекватны задачам социологического измерения. Показателям общественного мнения свойственны колебания, монотонный рост от года к году уровня любого показателя не может восприниматься как закономерность.

Общественное мнение зависит от новых социальных отношений и изменившихся запросов индивидов. Оторванность от всего, кроме права, стремление удержать во что бы то ни стало то, что существует, как бы это существующее ни дисгармонировало с реальностью, является причиной искажения результатов социологического исследования [Гамбаров, 2003: 20]. «Отношение к полиции, ее оценка складывается из целого ряда элементов: культуры поведения полицейских, стереотипов отношения к правоохранительным органам и к власти в целом, восприятия проблемы преступности» [Зуева, 2014: 54].

3. Социально-психологические. Эти причины связаны прежде всего с респондентами. Участники рабочих групп прибывают в места проведения исследований в гражданской одежде, но по косвенным признакам многие опрашиваемые распознают в них сотрудников полиции. Если исследование проходит не в большом городе, то некоторых сотрудников ОВД люди узнают в лицо. После того как тех, кто проводит опрос, респонденты маркировали как имеющих отношение к полиции, начинает действовать «эффект интервьюера». Анализируя результаты исследова-

ний в Германии и Польше, В.Э Шляпентох, отвечая на вопрос, влияет ли личность интервьюера на респондентов, обращает внимание, что только 15% участников исследования ответили отрицательно [Шляпентох, 2006: 166]. В нашем случае этот эффект лишь частично осознается участниками исследования и проявляется в разных формах. В форме неявного внушения или подталкивания опрашиваемого к желаемым ответам, в выборе респондентами более положительных оценок деятельности полиции из соображений тактичности, мол, неудобно сказать правду, либо из-за опасений, «как бы чего не вышло» в будущем, после того как опрос закончится.

В большинстве случаев в результате обнаруживается завышение показателей. При этом если опрос проходит в социальной среде с преобладанием криминальной контркультуры, показатели могут занижаться. Например, такое возможно в населенных пунктах, где большой процент тех, кто ранее отбывал наказание в местах лишения свободы. Эта специфика не особенно важна, так как искажения и в положительную и в отрицательную сторону одинаково плохо влияют на качество исследований, снижают доверие к социологическим данным.

В целом, с 2017 г. — с начала действия новых правил, — происходит следующее. В первый год рабочие группы получали недостаточно качественные результаты. Это происходило по причине отсутствия опыта исследовательских действий. Затем опыта прибавилось, но качество не повысилось, так как участники исследования обнаружили недоверие к получаемым результатам со стороны заказчика, и теперь не видят смысла стараться. Руководители ОВД на региональном и районном уровнях предпочитают налаживать сотрудничество с региональными и местными властями, которые тоже выступают инициаторами исследований. Они добиваются того, чтобы вопросы об отношении к полиции были в числе прочих вопросов, интересующих органы управления. Результаты именно муниципальных исследований учитываются ими при разработке управленческих решений и принимаются во внимание в качестве реального критерия оценки деятельности полиции. Ведомственные исследования проводятся вынужденно, и осознание всеми их неактуальности, вероятно, не приведет к улучшению качества получаемых результатов.

Таким образом, в сложившихся условиях действующие рабочие группы из числа сотрудников ОВД, которые осуществляют мониторинг общественного мнения о деятельности полиции по организационным, профессиональным и социальным причинам, получают (и будут полу-

чать) завышенные примерно на 20—25 % данные от реальных значений измеряемых признаков. В связи с тем, что многие причины носят объективный характер и трудно устранимы, следует либо вводить понижающий коэффициент для всех показателей, либо переходить на использование результатов исследований, полученных без непосредственного участия сотрудников ОВД.

### **Список литературы**

1. Гамбаров Ю. С. Гражданское право. Общая часть. М., 2003. С. 20.
2. Зуева О. В., Васильева Е. Н. Общественное мнение о деятельности полиции: практика исследования // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 7, Философия. 2014. № 1. С. 52—58.
3. Передня Д. Г. Ведомственная специфика исследований общественного мнения о деятельности полиции с использованием традиционных методик // Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии» / отв. ред. А. В. Кулешова. 2018. С. 115—119.
4. Передня Д. Г. Самообразование курсантов высших военно-учебных заведений МО РФ и его институциональное регулирование (социологический анализ): дис. ... канд. социол. наук. М., 2003.
5. Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения / пер. с англ. А. А. Петровой, науч. ред. перевода И. Н. Тартаковская. М., 2004.
6. Шляпентох В. Э. Проблемы качества социологической информации: достоверность, репрезентативность, прогностический потенциал. М., 2006.

**Е. В. Исакова, И. И. Епишкин**

## **АККАУНТЫ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБРАТНОЙ СВЯЗИ**

*ИСКАКОВА Евгения Багдатовна — аспирантка, Институт социологии ФНИСЦ, Москва, Россия; директор исследовательской компании Vox Populi, Москва, Россия  
E-MAIL: iskevgeniya@gmail.com*

*ЕПИШКИН Илья Игоревич — исследователь новых медиа, заместитель руководителя пресс-службы Московского центра «Открытое правительство», Москва, Россия  
E-MAIL: i@epishkin.com*

**Аннотация.** В современном мире растет популярность онлайн-платформ, направленных на получение оперативной обратной связи между властью и обществом. На сегодняшний день такими платформами выступают социальные сети. Присутствие государственных структур в социальных сетях уже не является предметом выбора, данные площадки для многих органов власти стали полноценным каналом информирования пользователей о результатах своей деятельности.

В статье изучается эффективность использования инструментов социальных сетей органами государственной власти в целях повышения открытости и прозрачности деятельности уполномоченных лиц. Для повышения вовлеченности пользователей и охвата публикаций контент официальных представительств государственных структур должен соответствовать запросам целевой аудитории. Социальные сети могут использоваться не только в качестве дополнительного источника информации о деятельности публичных органов власти, но и в качестве инструмента обратной связи.

В статье проанализирован запрос со стороны пользователей социальных сетей на формат и структуру контента публикаций в официальных аккаунтах государственных структур, выявлены ключевые критерии, влияющие на частоту и вовлеченность в публикации государственных структур в социальных сетях.

Современные исследования в разных странах мира свидетельствуют, что с внедрением новых интернет-технологий начинают динамично

трансформироваться не только межличностные коммуникации, но и каналы взаимодействия власти и общества. В числе ключевых факторов, определивших вовлечение миллионов людей в активное взаимодействие с институтами власти, *особую роль играют социальные сети.*

По данным компании «Statista» [Statista, 2018], в 2017 г. проникновение социальных сетей в мире достигло 71 % от числа пользователей интернета, *их аудитория достигла 2,46 миллиардов человек.* Ожидается, что в ближайшие годы эта цифра продолжит расти, и к 2021 г. достигнет 3 миллиардов.

По данным ВЦИОМ, на февраль 2018 г. в России активными пользователями социальных сетей являются 45 % граждан (пользуются ими ежедневно). 62 % заглядывают в социальные сети хотя бы раз в неделю. Не присутствуют в социальных сетях около трети жителей, среди них 20 % по причине отсутствия доступа в интернет и 10 % просто не имеют аккаунтов. Наибольшее проникновение ожидаемо среди молодежи — в возрастной категории от 18 до 24 лет социальными сетями пользуется 91 % россиян. В возрасте от 24 до 34 лет доля пользователей падает до 69 %. Следует отметить, что социальными сетями пользуются и люди старшего возраста — 15%. Топ-3 наиболее популярных социальных сетей в России возглавляет «ВКонтакте» (28 % пользователей интернета заходят в нее каждый день), ей уступают «Одноклассники» (19 %) и Instagram (14 %) [ВЦИОМ, 2018].

Таким образом, социальные сети сегодня являются одними из самых популярных онлайн-площадок с возможностями, позволяющими пользователям не только обмениваться сообщениями, но и делиться контентом с широкой публикой, а также формировать горизонтальные связи, сетевые сообщества.

Для организаций и органов власти социальные сети дают возможность размещать собственный контент, а также получать обратную связь, внешнюю оценку результатов своей деятельности, собирать предложения по совершенствованию своей работы.

Несмотря на широкое присутствие на платформах, государственные структуры многих стран мира делают акцент в организации своей работы в социальных сетях на информационной составляющей и в большинстве случаев минимально задействуют целевую аудиторию в сборе мнений, а также разработке и принятии управленческих решений.

Необходимость привлечения сетевого сообщества к обсуждению конкретных проблем и их решению возрастает по мере роста аудитории

этих площадок и их представительности в различных возрастных группах. Однако в мировой практике четкое понимание необходимости активных действий на этом направлении встречается крайне редко и скорее является исключением, чем правилом, либо реализуется частными инициативами отдельных активистов и государственных служащих.

В исследовании Организации экономического сотрудничества и развития (OECD) «Использование социальных медиа государствами» («Social Media Use by Governments»), в рамках которого был проведен обзор присутствия стран-участниц в социальных сетях [OECD, 2014], отмечается, что данные платформы служат полноценными источниками информации о деятельности органов власти.

Также в документе говорится, что социальные сети при активном и правильном их использовании государственными структурами могут стать мощным инструментом демонстрации открытости и источником повышения доверия между властью и обществом.

Авторы доклада ОЭСР отмечают, что пока в мире нет универсального формата присутствия различных ведомств на платформах, поэтому для разработки максимально эффективной стратегии поведения госорганов важно детально рассмотреть ключевые факторы контекста и спроса.

В документе «Social Media Playbook» [GDC, 2018], подготовленном Government Digital Service Великобритании, в качестве рекомендаций по работе в социальных сетях для государственных служащих указано, что социальные сети все больше проникают в нашу жизнь, и правительство не может себе позволить упустить возможности, которые эти платформы открывают перед государственными структурами.

Социальные медиа являются ценным инструментом для государственного сектора, который может быть использован в самых различных отраслях, от реализации политики открытости до обслуживания клиентов. Также социальные сети могут использоваться для лучшего понимания потребностей граждан.

При формировании стратегии поведения органов власти в социальных сетях авторы уделяют особое внимание мониторингу мнений пользователей. Детальный анализ предпочтений позволяет органам власти правильно сформулировать цели их работы в социальных сетях, определиться с каналами распространения контента, понять профиль целевой аудитории и тактику ее привлечения.

Современные цифровые технологии позволяют менять и сферу общественно-политической жизни. Помимо традиционных форм коммуника-

ции между гражданином и представителем власти в виде личных приемов и письменных обращений граждан, современные государственные институты внедряют разнообразные технологии онлайн-взаимодействия с населением.

Однако с продвижением в сторону прямых коммуникаций властей с населением информационные технологии несут в себе и определенные риски для работы государственных институтов. Российские исследователи Р. Бараш, В. Петухов и Р. Петухов в статье «Информационно-коммуникационные факторы формирования новых практик гражданского активизма» отмечают существующие опасности внедрения цифровых форм взаимодействия власти и общества с точки зрения государства. Это выражается в способности интернета выполнять не только информационную, но и мобилизационную функцию, то есть объединять граждан для протеста или противостояния властям. Впрочем, эта опасность часто преувеличивается. Результаты исследования Института социологии РАН на эту тему развеивают многие мифы об исключительной протестной роли социальных сетей. Так, потенциал политического активизма в связи с распространением социальных сетей в целом не настолько высок, как прогнозировалось еще несколько лет назад. Среди бесспорно позитивных функций социальных сетей авторы отмечают возросший интерес пользователей к политике в целом — благодаря доступности информации о ситуации в стране [Бараш, Петухов, Петухов, 2015]. Таким образом, современные технологии способствуют развитию прямых форм коммуникации по линии «государство — общество».

И. Дискин и В. Федоров в статье о респонсивности политической системы [Дискин, Федоров, 2010] предоставляют результаты исследований, показывающие, что представители практически всех социальных групп оценивают уровень информированности властей о проблемах населения в целом как достаточный. Однако чем ниже уровень власти, тем выше потребности в прямой коммуникации и информированности властей о проблемах населения. Традиционно «посредниками» во взаимодействии власти и граждан выступают массмедиа, партии, общественные организации и экспертное сообщество. Однако такие «посредники» не ориентированы на установление прямой коммуникации «государство — общество», что, на наш взгляд, демонстрирует актуальность данной проблемы.

На коммуникацию с государством имеется запрос от граждан, а значит может быть создано и предъявлено адекватное предложение со стороны

органов государственной власти для решения данных общественно-государственных задач.

Присутствие в социальных сетях для российских государственных структур уже не вопрос обсуждения, оно стало делом привычным и в некотором смысле обыденным. Активное присутствие на популярных социальных платформах является важной составляющей информационной политики государственных структур и осуществляется наравне с ведением официальных сайтов и работой со средствами массовой информации.

Сегодня на повестку дня для органов государственной власти встает другой, не менее важный вопрос: какую именно информацию и в какой форме пользователи хотят видеть на страницах государственных структур? Ответ поможет органам власти точнее реагировать на запросы граждан, быть в курсе общественных предпочтений, идти в ногу со временем, повысить качество своей работы с гражданским обществом. Поиску ответа на данный вопрос было посвящено наше исследование, основные выводы которого приводятся ниже.

Так как наиболее активными пользователями социальных сетей является молодежь, был проведен онлайн-опрос по квотированной выборке среди молодых пользователей социальных сетей (18—35 лет) из городов-миллионников России (Москва, Санкт-Петербург, Казань, Новосибирск, Екатеринбург, Нижний Новгород, Челябинск, Омск, Ростов-на-Дону, Уфа, Красноярск, Пермь, Воронеж, Волгоград), которые интересуются деятельностью государственных структур.

Опрос проводился с 1 по 13 ноября 2017 г. с использованием технологии проведения онлайн-опросов *river sampling*. В ходе опроса получены следующие результаты.

- Половина опрошенных сочли себя активными гражданами. Они декларируют интерес к политическим событиям, общественным проблемам и участию в социально-политической жизни; при этом лишь четверть считает, что на ситуацию нельзя повлиять.
- Большинство респондентов свободное время проводит с использованием интернета (45%), в основном в сети, потребляя большое количество информации, в том числе и о деятельности власти. Таким образом, именно интернет является наиболее комфортной средой для целевой аудитории, в том числе для изучения ситуации в городе и стране.

Респондентам были заданы вопросы об их личном присутствии в социальных сетях, осведомленности о присутствии государственных и му-

ниципальных структур на популярных платформах, о каналах получения официальной информации, предпочтительных форматах контента, а также о необходимости обратной связи.

- «ВКонтакте» является наиболее перспективной площадкой для коммуникации с молодежью. Больше всего респондентов зарегистрировано именно на этой платформе. Данная социальная сеть используется чаще остальных: большинство респондентов заходит во «ВКонтакте» не менее одного раза в неделю.
- Целевая аудитория декларирует высокий интерес к публикациям официальных аккаунтов государственных структур. Высок (80 %) и показатель осведомленности о наличии у государственных структур аккаунтов в социальных сетях: менее четверти (22 %) участников опроса сообщили, что ничего не знают о существовании таких аккаунтов. Лучше всего респонденты осведомлены о существовании официальных страниц органов госвласти в социальной сети «ВКонтакте» (67 %), что объясняется в целом высокой популярностью данной социальной сети среди опрашиваемых.

Высокая осведомленность о присутствии государственных структур в социальных сетях гарантирует учреждениям широкий потенциальный охват целевой аудитории, при условии генерации и дистрибуции контента, который интересен пользователям.

- Уровень интереса к деятельности федеральных органов власти выше, чем нижестоящих уровней. Из числа респондентов, знающих о существовании аккаунтов органов государственной власти в социальных сетях, 43 % респондентов указали, что подписаны на аккаунты федеральных органов власти, 38 % — региональных и муниципальных. 34 % респондентов не подписаны ни на какие аккаунты. Главной причиной отсутствия подписки является наличие других источников информации (54 %).

Респонденты, которые знают о существовании официальных аккаунтов, но не подписаны на них, указали, что чаще всего ответы на необходимые вопросы о работе органов власти находят в поисковых системах (55 %), напрямую на официальных сайтах (43 %) или в социальных сетях (21 %).

Несмотря на высокую степень заинтересованности в деятельности госструктур, вовлеченности в социальные сети и осведомленности о наличии официальных аккаунтов, чаще всего участники опроса получают необходимую информацию из традиционных медиа (40 %), электронных СМИ (30 %) и новостных агрегаторов (16 %). Из офици-

альных аккаунтов в соцсетях чаще всего информацию получают 6 % опрошенных.

Несмотря на наличие широкого спектра электронных и традиционных СМИ, которые являются для большинства пользователей основным источником информации, среди пользователей интернета уже сейчас можно выделить хоть и сравнительно небольшой, но уже сформированный сегмент аудитории, для которого официальные аккаунты государственных структур выступают ключевым источником информации.

Чтобы понять, какой контент и в каком формате наиболее интересен участникам опроса, респондентам были заданы вопросы о востребованном содержании публикаций.

- Почти две трети участников (59%) считают, что в социальных сетях государственные структуры должны понятным и доступным языком рассказывать об официальных новостях ведомств. Формат коммуникации в социальных сетях не терпит «канцелярского общения» — данный способ общения требует неформальных подходов. Респонденты декларируют запрос на комментарии и толкования документов, ответы на самые часто задаваемые вопросы, простые и понятные пояснения.
- Наибольший интерес вызывают публикации со ссылками на подробные новости на официальном сайте (62%), обзоры новостей ведомств (39%) и мультимедийный (фото и видео) контент (21%). Инфографику и статистику о работе ведомств считают полезными 13% участников опроса.

Как показывают данные исследования, публикации должны не просто рассказывать о реализованных проектах, но и подкрепляться ссылками на полноценные и подробные материалы, подтверждающие опубликованные сообщения.

- Почти две трети участников опроса (63%) хотели бы не только читать новости ведомств, но и получать ответы от официальных аккаунтов на возникающие вопросы. Однако на практике эти возможности не всегда используются, что говорит о высоком потенциале и перспективности развития данного направления. Только 16% опрошенных не хотели бы получать ответы в социальных сетях.

Ожидается, что удобнее всего респондентам получать ответы на свои вопросы в тех же социальных сетях, где и был задан вопрос (69%).

Следует отметить на сформированность запроса на потребление контента в мессенджерах — 30% респондентов указали именно этот канал

коммуникации в качестве удобной платформы для получения ответов на возникающие вопросы.

Те участники опроса, которые не хотят получать ответы от официальных аккаунтов, ищут нужную информацию сами в интернете (59%), звонят или пишут официальные письма в ведомства (31 %) или спрашивают друзей (18%).

Исследование демонстрирует большой интерес среди целевой аудитории к аккаунтам органов государственной власти в сети. При этом важное значение для пользователей имеет регулярность получаемой информации и контент, написанный понятным языком с возможностью обратной связи. Формат публикаций и их периодичность зависят от специфики ведомства, с одной стороны, и особенностей целевой аудитории — с другой. Однако неоспорим является факт, что ответ на вопрос о своих предпочтениях могут дать только сами читатели.

Динамика изменений новых медиа и предпочтений аудитории имеет чрезвычайно высокий темп и требует постоянного мониторинга и анализа. Если в социальных сетях государственные структуры должны были зарегистрироваться еще вчера, и те, кто этого еще не сделал — сегодня в числе отстающих, то начать развивать свое присутствие в мессенджерах, а также коммуницировать с пользователями на всех платформах присутствия, можно и нужно уже сегодня. Своевременное развитие данных направлений позволит не оказаться на периферии информационного пространства завтра.

Применение современных информационных технологий для построения коммуникаций граждан и органов власти может способствовать повышению эффективности и легитимации институтов власти за счет обеспечения прозрачности, открытости и оперативного реагирования на запросы граждан и гражданского общества.

Такой формат общения власти и общества претендует не только на альтернативный источник информации для граждан о деятельности власти, но и способен стать качественным инструментом информирования государства о существующих проблемах и запросах, а также их решения и принятия управленческих решений.

## Список литературы

1. Бараш Р., Петухов В., Петухов Р. Информационно-коммуникационные факторы формирования новых практик гражданского активизма // Социологическая наука и социальная практика. 2015. № 4. С. 99—125. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25080900> (дата обращения:10.04.2019).

2. Дискин И., Федоров В. Респонсивность современной российской политической системы // Мониторинг общественного мнения. 2010. № 6. С. 4—11. URL: [https://wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2010/100/2010\\_6\(100\)\\_2\\_Fedorov\\_Diskin.pdf](https://wciom.ru/fileadmin/file/monitoring/2010/100/2010_6(100)_2_Fedorov_Diskin.pdf).
3. Каждому возрасту — свои сети // ВЦИОМ. 2018. URL: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=116691> (дата обращения:10.04.2019).
4. Number of global social media users 2010—2021 // Statista. 2018. URL: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/> (дата обращения:10.04.2019).
5. Social Media Use by Governments // OECD. 2014. URL: [https://www.oecd-ilibrary.org/governance/social-media-use-by-governments\\_5jxrcmgm0s-en](https://www.oecd-ilibrary.org/governance/social-media-use-by-governments_5jxrcmgm0s-en) (дата обращения:10.04.2019).
6. Social Media Playbook // Government Digital Service. 2018. URL: <https://gdsengagement.blog.gov.uk/playbook/> (дата обращения:10.04.2019).

**С. Н. Большаков**

## **КОНЦЕПЦИЯ СОЦИОТЕХНИЧЕСКОЙ СИСТЕМЫ В КОНТЕКСТЕ РЕШЕНИЯ АКТУАЛЬНЫХ ЗАДАЧ ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ**

*БОЛЬШАКОВ Сергей Николаевич — доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой государственного и муниципального управления, Ленинградский государственный университет имени А. С. Пушкина, Санкт-Петербург, Россия*

*E-MAIL: s.bolshakov@lengu.ru*

**Аннотация.** В статье рассматривается сложность проектирования управленческого воздействия на современную социальную систему в условиях цифровых вызовов. Констатируется значение профессиональной готовности аппарата государственного управления к решению задач и достижению стратегических целей на основе цифровых технологий и искусственного интеллекта. Рассматривается проблематика приоритетов проектирования профессионального портрета современного государственного служащего на основе социологических замеров.

**Ключевые слова:** государственное управление, цифровые технологии, цифровые вызовы, искусственный интеллект, профессиональный портрет

Новые цифровые технологии имеют большой потенциал для трансформации традиционных процессов государственного управления. Актуальность исследования трансплантации цифровых технологий в системе государственного управления обуславливается проблемами кибербезопасности, конфиденциальности национальных информационных платформ. К созданию электронных правительств страны приступают после комплексной информатизации органов власти — когда созданы системы, автоматизирующие деятельность органов власти и местного самоуправления. Создаваемые системы являются социотехническими, т. е. объединяют техническую составляющую и лиц, принимающих решения либо организующих их подготовку, чтобы обеспечить эффективное исполнение государственных функций. Облачные вычисления, кибербезопасность и аналитика данных — это главные технологии, в которых нуждаются ИТ-директора организаций госсектора для достижения своих целей.

Как следует из проведенного агентством «Gartner» социологического опроса 461 руководителя ИТ-служб государственных организаций разных стран мира (репрезентативный опрос, январь 2018 г.)<sup>1</sup>, во главе выявленных приоритетов находится цифровая трансформация, за которой следуют безопасность и процессы управления. Более 19% респондентов констатировали важность «облачных сервисов и облачных технологий» для государственного управления и поставили данный фактор на первое место, 18% опрошенных на второе место определили «аналитику» как технологический фактор развития организаций, третье место 11% опрошенных отдали созданию «дата-центра / инфраструктуры», данные исследования выявляют значимость социотехнических систем трансформации государственного управления. В современной системе государственного управления идет выстраивание инфраструктуры аналитики данных, что имеет фундаментальное значение для повышения эффективности госпрограмм и сервисов для населения. В госсекторе цифровая трансформация ранжируется в числе приоритетов несколько выше, чем в частном секторе, что, по-видимому, связано с ее важностью для роста государственных организаций и усиления их функциональной значимости. Следующие места в приоритетах этого сектора занимают ИТбезопасность, общие вопросы безопасности и рисков, а также управление, соответствие нормативам и мерам регулирования.

Применительно к электронному правительству эта часть процесса разработки направлена на структурирование представлений участников об электронном правительстве, создание его концептуальной модели, определение состава и методик построения/развития набора моделей э-правительства.

Технические приоритеты руководителей информатизации и социотехнической модернизации госсектора отличны от их коллег из частного сектора: хотя искусственный интеллект при усреднении попадает в первую десятку технологий, в госсекторе он занимает лишь 19-е место. Исключением являются оборонные и разведывательные ведомства государств, где информационные технологии и безопасность заметно чаще считают приоритетом 17% респондентов. Приоритеты, выделяемые руководителями государственных органов управления — «облачные сервисы / решения» и «дата-центры / инфраструктура», — взятые вместе (33% респондентов), попадают в первую десятку у руководителей госсектора

<sup>1</sup> Cloud Strategy Leadership Clearing up the top 10 cloud myths. URL: <https://www.gartner.com/en/publications/cloud-leadership> (дата посещения 30.01.2019).

в сравнении с лишь 12% по всем иным секторам. В частном секторе показатели «цифровизация / цифровой маркетинг» находятся в первой десятке у 16% респондентов — более чем вдвое выше, чем в госсекторе.

Многие руководители информатизации и социотехнической модернизации госсектора перераспределяют капитальные и операционные затраты бюджетов для компенсации технических недоработок и осуществляют стратегический переход в облачные технологии (19% опрошенных руководителей государственного сектора). Приоритеты менеджмента в технических инвестициях не обязательно ориентированы на технологии, которые, по их мнению, помогают приносить успех. Хотя руководители выражают намерения увеличивать затраты на внедрение облачных технологий, аналитику и инфраструктуру с дата-центрами, их занимают и другие вопросы. Лишь 5% руководителей информатизации и социотехнической модернизации считают критически важными для деятельности своих организаций вопросы безопасности и рисков, однако 17% надеются увеличить затраты на информационную и кибербезопасность. В госсекторе безопасность не всегда служит фактором конкурентной дифференциации, СІО все же сознают необходимость соответствующих затрат.

**С. Н. Першуткин**

## **ОТ ИССЛЕДОВАНИЙ — К ПРОЕКТАМ ПРЕЗИДЕНТСКИХ ИНИЦИАТИВ**

*ПЕРШУТКИН Сергей Николаевич — доктор социологических наук, заведующий отделом социологии государства, Московский институт социологических исследований (АНО МИСИ), Москва, Россия*

*E-MAIL: academ2011@mail.ru*

**Аннотация.** Раскрываются предпосылки и содержание проекта необходимой президентской инициативы «Внимание общества и поддержка государства — подрастающему поколению» по итогам серии социологических исследований, в том числе экспертных опросов руководства субъектов Российской Федерации.

Формулируются предложения по активному использованию в современных российских условиях практико-ориентированной парадигмы социологического знания (action research), «исследование-внедрение».

**Ключевые слова:** социолого-правовое исследование; молодежная политика; роль государства; президентские инициативы; указ президента; исследование-внедрение; практико-ориентированная парадигма

Девиз конференции «Социология меняет мир», с одной стороны, стимулирует обсуждение тенденций мировой науки, критической и общественной (публичной) роли социологии [Буравой, 2008], «метатеоретического пространства, где устраняется неоправданное противопоставление теории и практики» [Морроу, 2010: 49]. С другой стороны, девиз свидетельствует о преемственности с предыдущими Грушинскими конференциями 2016—2018 гг.,<sup>1</sup> подтверждая фундаментальность замыслов организаторов (прежде всего, ВЦИОМ).

Что касается заседания данной секции, то представляются необходимыми и возможными две задачи для обсуждения: во-первых, проектиро-

<sup>1</sup> VIII Грушинская конференция «Социолог 2.0: Трансформация профессии», 18—19 апреля 2018 г.; VII Грушинская конференция «Навстречу будущему. Прогнозирование в социологических исследованиях», 15—16 марта 2017 г.; VI Грушинская конференция «Жизнь исследования после исследования: как сделать результаты понятными и полезными», 16—17 марта 2016 г.

вание практико-ориентированных (законопроектных) социологических исследований; во-вторых, описание конкретного опыта, когда значимым результатом выступает текст законопроекта или иного политико-управленческого решения.

Каждая из этих задач по-своему значима для теории и практики и раскрывает возможности прикладных и поисковых задач, результатом которых могут быть политико-управленческие (правовые) решения, и даже законопроекты.

Скажем, проектирование принципов и содержания практико-ориентированных исследований, среди задач которых проекты управленческих и законотворческих решений — это сложнейшая и важнейшая задача, предпосылки которой раскрыты в ряде публикаций по теории и практике управленческих решений [Управление..., 1971; Молчанова, 2018; Барабашев, 2016], юридической социологии [Карбонье, 1986] и законодательной социологии [Законодательная социология, 2010].

С учетом накопленного научного задела есть основания глубже обсуждать специфику и результативность выполненных исследований. Одно из них (сравнительно редкое по замыслу и технологичности его воплощения с использованием экспертного опроса руководителей сибирских субъектов Российской Федерации) было проведено под руководством автора в 2006 г.<sup>1</sup> [Першуткин, 2007].

Предметом исследования в виде почтового опроса определялось отношение к существующим целям, к сложившимся формам и методам *государственной молодежной политики в РФ*, к возможным формам социально-правового усиления данной политики в масштабах Федерации<sup>2</sup>.

Основные задачи заключались в том, чтобы создать информационную базу для определения критериев оценки работы с молодежью в современной России, выявить (с учетом мнений экспертов) уровень воздействия государства на молодежную социализацию, обозначить возможные пути укрепления нормативно-правовой базы государственной молодежной политики.

<sup>1</sup> В соответствии с предварительным списком были разосланы в субъекты Федерации персональные обращения за подписью ректора региональной академии государственной службы с соответствующим инструментарием и обратным почтовым адресом академии, чтобы обеспечить заинтересованное отношение экспертов и вероятность возврата заполненных анкет.

<sup>2</sup> Казалось бы, прошло более десяти с лишним лет, однако значимость постановки проблемы, путей ее решения сохраняется и сегодня, поскольку до сих пор не принят федеральный закон о молодежи и молодежной политике, не разработана федеральная программа о молодежи России, отсутствует практика обсуждения государственной молодежной политики и ежегодных (нерегулярных) докладов на заседании Правительства Российской Федерации на фоне распространенного мероприятного подхода к деятельности комитетов (отделов) по делам молодежи органов исполнительной власти и недостаточной эффективности.

Исходный замысел нашей работы состоял в том, чтобы попытаться, опираясь на возможности и результаты экспертного опроса, в целом взглянуть на ситуацию в работе с молодежью (в единстве субъективного и объективного)<sup>1</sup>.

Среди опрошенных нами были пять категорий экспертов из Сибирского федерального округа — председатели законодательных (представительных) органов субъектов Федерации и председатели их комитетов (комиссий) по работе с молодежью, вице-губернаторы, отвечающие за молодежную политику, руководители (специалисты) подразделений по делам молодежи органов исполнительной власти субъектов Федерации и их административных центров, лидеры региональных молодежных организаций, таких как «Молодая гвардия».

Что прежде всего целесообразно отметить по итогам завершения эмпирического этапа нашего исследования?

Во-первых, высокую степень единодушия сибиряков в оценке кризиса государственной молодежной политики в нашей стране и путей антикризисной деятельности.

Во-вторых, крайнюю степень неприятия пассивности Минобрнауки, лишаящей целостности деятельность в стране по решению проблем молодежи (что в итоге приводит на местах к ненужным проблемам в работе с этой группой населения).

Если же говорить о содержании полученных результатов (после обработки 61 экспертной анкеты, пришедшей в ноябре-декабре 2006 г. из 15 субъектов Федерации на территории Западной и Восточной Сибири), то, как выяснилось, полученные сведения есть основания считать не просто интересными, но даже сенсационными, поскольку появилась возможность увидеть и оценить латентные ранее *проблемы* современного российского общества и *общественные проблемы молодежи*<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Несмотря на то, что экспертный опрос, выступающий одним из экономичных методов сбора социально правовой информации, позволяет опрашивать не такое большое количество респондентов, как в случае массового анкетирования, тем не менее здесь гарантируется надежность и достоверность результатов опроса, поскольку нами изучались оценки и мнения людей информированных, непосредственно включенных в эту деятельность (благодаря выполнению профессиональных и общественных обязанностей в органах исполнительной и представительной власти, а также в молодежных организациях).

<sup>2</sup> Как было выяснено нами по итогам обработки экспертных анкет, 90 % опрошенных молодежные проблемы современного российского общества рассматривают в полной мере входящими в круг интересов и забот, 9 % рассматривают частично входящими. Лишь один эксперт (работающий в законодательном органе субъекта Федерации) отрицательно ответил в этом контексте на поставленный вопрос. У 30 % опрошенных нами респондентов представления о молодежи формируются на основе сведений госстатистики, у 27 % — на основе нормативно-правовых актов, еще у 27 % — на основе социологических исследований. Наряду с этим значительная часть экспертов признала влияние СМИ на свои жизненные и профессиональные оценки и на восприятие молодежи и молодежных проблем.

Как было выявлено, *трое из четырех* экспертов позитивных изменений в организации работы с молодежью в нашей стране в последние годы не видели. Самой главной среди множества проблем в Российской Федерации во взаимоотношениях общества, государства и молодежи называлось второстепенное (периферийное) положение молодежной тематики в государственном управлении и деятельности государственных органов (по мнению большинства (две трети) опрошенных экспертов), хотя значимость таких факторов, как «общественная пассивность молодежи» и «дефицит финансирования государственной молодежной политики», было оценено в несколько раз меньше.

Среди экспертов оказалась значительной доля тех, кто признает (в контексте внутренней политики российского государства) особую важность и самостоятельное значение молодежных проблем (по мнению 80 % опрошенных экспертов, признавших также незначительной роль Российского государства в работе с молодежью).

Еще было выявлено, что представителями законодательной и исполнительной власти субъектов Федерации Сибирского федерального округа (так же, как и молодежными лидерами) *крайне негативно воспринимается отсутствие федерального закона о молодежной политике*, а устранению правового пробела (по мнению 69 % опрошенных экспертов) могло бы способствовать принятие федерального нормативного правового акта с целью частичной компенсации отсутствия закона.

Почти 90 % опрошенных экспертов считали целесообразным обозначение главой российского государства позиции по организации работы с молодежью, что стало бы стимулом для конкретных действий на разных управленческих уровнях. Возможная форма президентского реагирования и инструмент необходимого обновления государственной молодежной политики как многосубъектной и многоотраслевой деятельности — это указ Президента России.

Содержание его было раскрыто нами еще в 2006 г. в форме возможного обращения президента России к нации «Внимание общественности и поддержку государства — подрастающему поколению» [Першуткин, 2006, 2010]. Подобные президентские инициативы периодически практикуются за рубежом [U. S. Congress, 1980] и представляются возможными в современных российских условиях, когда актуализируется президентская деятельность [Попов, 2009; Фатиева, 2018; Tolmuratova, 2015].

Что же касается непосредственно содержания президентского послания, то видятся целесообразными оценки со стороны главы государства

конкретных руководителей, отвечающих за разработку и реализацию государственной политики в нашей стране: заместителя председателя Правительства Российской Федерации, курирующего эту сферу; профильного министра; главы Росмолодежи; глав субъектов Федерации; руководителей фракций Государственной думы и других должностных лиц. На основе президентских оценок и для реализации уточненных целей могли бы быть раскрыты ключевые направления деятельности, необходимые управленческие механизмы и инструменты. Все это важно как следствие и долговременный результат выполненного еще ряд лет назад исследования.

На его примере видны необходимые этапы постановки проблемы, путей ее решения с выходом на политико-правовой документ федерального уровня. Таким образом, в современных российских условиях могла бы получать развитие практико-ориентированная парадигма исследований — действенных, активистских (action research), что за рубежом называют «исследование-внедрение».

### Список литературы

1. Барабашев А. Г. Кризис государственного управления и его влияние на основные административные парадигмы государства и бюрократии // Вопросы государственного и муниципального управления. 2016. № 3 С. 163—194.
2. Буравой М. Публичная социология versus рынок // Общественная роль социологии / под ред. П. Романова и Е. Ярской-Смирновой (Из библиотеки Журнала исследований социальной политики). М. : ООО «Вариант», ЦСПГИ, 2008. С. 160—173.
3. Законодательная социология / отв. ред. В. П. Казимирчук и С. В. Поленова. М. : Формула права, 2011. 256 с.
4. Карбонье Ж. Юридическая социология / пер. с фр. ; пер. и вступ. ст. В. А. Туманова. М. : Прогресс, 1986. 352 с.
5. Молчанова Е. В. Социальное прогнозирование и управленческое решение: выбор оптимального решения // Современные научные исследования и разработки. 2018. № 1 (18). С. 253—256.
6. Морроу Р. А. К вопросу о переосмыслении публичной социологии М. Буравого: постэмпиристская реконструкция // Социологический ежегодник, 2010 : сб. научных трудов / РАН ИНИОН, Центр социал. науч.-информ.исслед. отделение социологии и социальной психологии; кафедра общей социологии ГУ-ВШЭ, главный редактор Покровский Н. Е. М., 2010. С. 49.

7. Першуткин С. Н. Транзитный социум: Молодежная политика и социализация : моногр. Новосибирск: Новосиб. гос. ун-т, 2006. С. 298
8. Першуткин С. Н. Роль Президента России в разработке и реализации государственной молодежной политики: нормативно-правовые основы, пути и формы оптимизации // Государственная власть и местное самоуправление. 2007. № 9. С. 31—35.
9. Першуткин С. Н. О внимании общества к молодежным проблемам, об участии государства в их преодолении // Безопасность Евразии. 2010. № 2. С. 388—393.
10. Першуткин С. Н. О способах и результатах выявления социально-правовой потребности в совершенствовании государственной молодежной политики // Государственная власть и местное самоуправление. 2007. № 5. С. 28—32.
11. Попов М. Ю. О месте и роли Президента России в государственном механизме и законодательном процессе в Российской Федерации // Вестник Волгоградской академии МВД России. 2009. № 1 (8). С. 15—18.
12. Управление, социология, право / отв. редакторы И. В. Павлов, В. П. Казимирчук. М., «Юридическая литература», 1971. 272 с.
13. Фатиева Е. А. Президент: какова его роль в государстве // Ломоносовские научные чтения студентов, аспирантов и молодых ученых — 2018. Материалы конференции / сост. Ю. С. Кузнецова ; Северный (Арктический) федеральный университет им. М. В. Ломоносова. 2018. С. 872—875.
14. Tolmuratova A. Role of the Prezident on the part to peace and stability // Austrian Journal of Humanities and Social Sciences. 2015. № 3—4. С. 126—127.
15. U. S. Congress. Hearings on the President's Youth Education and Employment Initiative. Washington, 1980. P. 17.

**Н. Х. Рахимова**

## **ИНСТИТУТЫ ГРАЖДАНСКОГО ОБЩЕСТВА: ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ОПРОСОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ)**

*РАХИМОВА Нигина Хайруллаевна — доктор экономических наук, заместитель директора по связям с общественностью, республиканский Центр изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр», Ташкент, Узбекистан*  
E-MAIL: [info@ijtimoiy-fikr.uz](mailto:info@ijtimoiy-fikr.uz)

**Аннотация.** В статье на основе опросов общественного мнения анализируются основные представления и ожидания граждан, связанные с деятельностью негосударственных некоммерческих организаций, информированности населения, дана оценка их роли в жизни человека, общества, страны в целом. Рассматриваются выявленные в ходе опроса мнения различных групп населения о гражданском обществе, особенностях взаимодействия различных структур и человека, а также условиях для реализации гражданами своей активности в различных сферах жизнедеятельности государства.

**Ключевые слова:** гражданское общество, социологический опрос, общественное мнение, стратегия развития, социальное партнерство, гражданская активность, негосударственные некоммерческие организации, правовая культура, инициатива, общественная жизнь, приоритет, мировоззрение

Формирование гражданского общества — непрерывный процесс, главным субъектом которого является человек, убежденный в необходимости и пользе осуществляемых реформ. Практическое положение дел показывает, что существуют серьезные проблемы, препятствующие активному участию негосударственных некоммерческих организаций (ННО) и других институтов гражданского общества в проводимых широкомасштабных реформах.

Республиканским Центром изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр» был проведен социологический опрос, основной целью которого было изучить основные представления и ожидания граждан, связанные с деятельностью ННО, оценкой их роли в процессах демократизации и модернизации в стране.

В опросе приняли участие жители всех регионов Узбекистана, мужчины и женщины, представители различных профессий, молодежь и люди старшего возраста, городские и сельские жители, граждане разных национальностей и конфессий.

В представлении узбекистанцев гражданское общество — это общество, в котором его граждане принимают активное участие в управлении государством, общественной жизни, органах самоуправления и неправительственных организациях. Каждый пятый опрошенный считает, что общество, в котором господствует право и обеспечивается верховенство закона, является гражданским обществом. Также, по мнению респондентов, гражданское общество — это общество, в котором обеспечены права и свободы граждан.

Как показал опрос, население осведомлено о том, посредством деятельности каких общественных организаций и институтов реализуется гражданское общество на практике. Так, более чем каждый второй опрошенный указал на органы местного самоуправления граждан (махалли), каждый пятый — на негосударственные некоммерческие организации в качестве основных институтов гражданского общества. Также к важным институтам гражданского общества респонденты отнесли политические партии, профсоюзные организации, независимые СМИ.

По мнению участников опроса, важным условием для формирования и функционирования гражданского общества является стремление людей активно участвовать в решении социально-политических задач, стоящих перед страной.

В то же время другим неизменным условием процесса формирования гражданского общества, как считает почти каждый третий гражданин, является активная поддержка со стороны государства институтов гражданского общества.

Становление гражданского общества — это долгий и непрерывный процесс, успех которого, в первую очередь, зависит от расширения мировоззрения и изменения мышления людей, от того, насколько прочно демократические ценности утверждаются в их сознании и жизни. Важнейшей основой гражданского общества является самостоятельный и полноправный гражданин, принимающий активное участие в общественной жизни страны. По мнению узбекистанцев, как было выявлено в ходе опроса, быть гражданином страны означает быть причастным к происходящим в стране и мире преобразованиям и обновлениям, эффективному использованию своих способностей и потенциала.

На вопрос: «Как Вы считаете, какие условия являются необходимыми для того, чтобы граждане могли реализовать свою гражданскую активность?» — каждый пятый респондент указал на необходимость повышения правовой и политической культуры населения, информированности граждан о возможностях участия в общественном строительстве через гражданские институты. Также, по мнению респондентов, важным является развитие независимого мышления и эффективное использование способностей и потенциала граждан страны.

Институциональной основой открытого гражданского общества выступает система самостоятельных, устойчивых ННО, принимающих активное участие в политической и общественной жизни страны. Развитая структура ННО призвана содействовать поддержанию баланса интересов в обществе, обеспечению согласия и стабильности в стране, защите демократических ценностей, прав, свобод и законных интересов людей, реализации гражданами своего потенциала, повышения их общественной, социально-экономической активности и правовой культуры.

В рамках Указа Президента Республики Узбекистан «О мерах по коренному повышению роли институтов гражданского общества в процессе демократического обновления страны» (от 4 мая 2018 г.) предусматривается либерализация деятельности ННО, в частности упрощение порядка их регистрации и отчетности, создание общественных фондов по поддержке ННО из местных бюджетов хокимиятов, укрепление гарантий свободы их деятельности. Принято решение об организации Консультативного совета по развитию гражданского общества при Президенте Республики Узбекистан.

Опрос общественного мнения показал, что в целом респонденты (43,5 %) имеют правильное представление о том, что такое негосударственные некоммерческие организации, об их социальном и общественном предназначении. Более 52 % участников опроса знают об этом или имеют некоторые представления.

В общественном мнении ННО — это прежде всего «свободные и независимые, самостоятельные общественные организации». Основное предназначение ННО, по мнению граждан, заключается в их участии «в решении социально значимых для общества проблем». Каждый пятый опрошенный ответил, что ННО — это организации, занимающиеся защитой прав граждан и повышением правовой культуры населения. Более чем каждый десятый участник опроса считает, что ННО — «это благотворительные организации, оказывающие безвозмездную помощь нуждающимся людям».

Также граждане считают, что ННО — это организации, которые способствуют развитию малого бизнеса и частного предпринимательства, ремесленничества, тем самым содействуя повышению уровня занятости населения.

Опрос показал, что в обществе постепенно растет понимание того факта, что в настоящее время деятельность ННО особенно востребована в сфере социального партнерства с органами исполнительной власти и управления. Так, каждый третий участник опроса ответил, что основное социальное и общественное предназначение ННО заключается в «поддержке инициатив государства при реализации значимых общественно-экономических и социальных вопросов, налаживании конструктивного диалога с государственными органами».

По данным опроса, граждане считают, что необходимо широкое информирование общественности через органы СМИ о деятельности ННО, а также тех конкретных социально значимых проектах, которые будут выполнены в рамках усиления практического социального партнерства государственных структур с ННО. По мнению участников опроса, самим ННО также следует повышать уровень открытости и прозрачности своей деятельности, используя возможности современных ИКТ, в частности размещая на систематической основе информацию на соответствующих веб-сайтах.

По мнению граждан, как показал опрос, ННО должны усилить свое содействие и помощь общественным организациям и госструктурам в сфере проведения информационно-просветительской и образовательной деятельности по правам и свободам человека, а также свое непосредственное участие в своевременном доведении до граждан, в особенности сельских жителей, содержания и сущности принятых законов и нормативно-правовых актов.

Большинство граждан (64,0 %) отметили, что, работая в ННО, они ощущают свою востребованность обществом и испытывают чувство внутренней удовлетворенности от того, что выполняют важную для страны работу. Это мнение работников ННО обусловлено тем, что само общество положительно оценивает их деятельность. Так, участники опроса, работающие в ННО, отметили, что представители местного сообщества и махалли, целевые группы воспринимают их как «авторитетную организацию, нужную людям и обществу».

Как показал опрос общественного мнения, граждане уверены, что дальнейшее усиление роли институтов гражданского общества и со-

вершенствование практических механизмов социального партнерства, обеспечение эффективного конструктивного диалога госорганов с институтами гражданского общества, расширение полномочий ННО в процессе разработки и принятия стратегических решений способствуют консолидации усилий государства и общества при принятии долгосрочных приоритетов общественного развития, усилению правовых механизмов обеспечения прав и интересов человека, повышению устойчивости политической системы и формированию атмосферы согласия и сплоченности в стране.

**Г. К. Лапушинская**

## **ПРОБЛЕМЫ ВЫЯВЛЕНИЯ МНЕНИЯ ГРАЖДАН ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТОВ ПРОГРАММЫ ПОДДЕРЖКИ МЕСТНЫХ ИНИЦИАТИВ**

*ЛАПУШИНСКАЯ Галина Константиновна — доктор экономических наук, кандидат физико-математических наук, профессор, заведующая кафедрой государственного управления, ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет», Тверь, Россия; председатель рабочей группы по социальной политике Общественной палаты Тверской области, Тверь, Россия*

*EMAIL: laboratory-region@yandex.ru*

*ORCID: 0000-0003-0768-8867*

**Аннотация.** В работе рассматриваются основные сложности, возникающие у органов местного самоуправления при вовлечении жителей в выбор наиболее значимого для реализации проекта развития муниципального образования. Выбор жителями проекта для участия в конкурсе Программы поддержки местных инициатив предполагает последующее финансовое участие со стороны граждан в его реализации. Участие в процедуре выбора (собрании жителей), как и количество бенефициаров от реализации выбранного проекта, могут существенно различаться. В статье на основе проведенных исследований рассматриваются условия, которые необходимо учитывать при подготовке органами местного самоуправления к реализации некоторых вопросов местного значения с финансовым участием населения.

**Ключевые слова:** инициативное бюджетирование, программа поддержки местных инициатив, мнение граждан, выбор проектов, предпроектное выявление общественного мнения

Вопросы выбора направлений развития территорий с ориентацией на активное партнерство населения и органов власти территории (от органов местного самоуправления до органов государственной власти субъектов РФ) становятся крайне актуальными. Из-за ограниченности финансовых средств в доходах местных бюджетов в условиях, когда от уровня заинтересованности в решении конкретных вопросов местного значения зависит степень удовлетворенности населения жизнью в муниципальном образовании, органы местного самоуправления вынуждены ориенти-

роваться на необходимость активного вовлечения граждан в принятие тех муниципальных решений, которые будут реализовываться в форме проектов. Сама форма выбора наиболее значимых проектов может быть различна, но она опирается на существующие возможности повышения гражданской активности жителей.

На современном этапе процедуры участия граждан в выборе направлений развития территорий регламентированы в рамках реализуемых в Российской Федерации механизмов инициативного бюджетирования, под которым понимается «совокупность разнообразных, основанных на гражданской инициативе практик по решению вопросов местного значения при непосредственном участии граждан в определении и выборе объектов расходования бюджетных средств, а также последующем контроле за реализацией отобранных проектов. Одновременно с этим, ИБ — это механизм определения приоритетов в расходовании бюджетных средств с участием инициативных групп граждан» [Вагин и др., 2017: 4].

Инициативное бюджетирование осуществляется в основном в следующих форматах:

- проектов Программы поддержки местных инициатив (далее — ППМИ) (начало реализации — 2007 г.), «разработанной Всемирным банком практики инициативного бюджетирования, основанной на механизме непосредственного вовлечения граждан в решение вопросов местного значения» [Вагин, Тимохина, 2017: 5] и определяемой как «выделение на конкурсной основе субсидий из бюджета субъекта РФ на реализацию проектов, направленных на благоустройство и ремонт объектов общественной инфраструктуры» [Егоров, 2016] в муниципальных образованиях с финансовым участием в реализации проекта населением;
- проектов программы «Народная инициатива» («Народный бюджет»), реализуемых с 2011 г. с активным участием КТОСов, ТОСов, ТСЖ и организационно оформленных социальных групп;
- проектов, реализуемых при поддержке Центра «RES PUBLICA» Европейского университета в Санкт-Петербурге (начало реализации — 2013 г.), связанных с «распределением специально выделенной части бюджета или внешних привлеченных средств комиссией, состоящей из граждан и представителей муниципалитета. Горожане в ходе проекта могут выдвигать бюджетные инициативы по развитию различных сфер жизни города» [Вагин, 2015: 98].

Форматы различаются между собой и механизмами вовлечения граждан в решении вопросов развития своего муниципального образования: обсуждение только отдельных проектов или всех бюджетных расходов в целом, финансовое или нефинансовое участие в выборе проекта, создание бюджетных комиссий или инициативных групп.

Однако ППМИ — наиболее распространенная в настоящее время практика инициативного бюджетирования в России. Она действует в 57 субъектах РФ. Важным моментом реализации проектов в формате ППМИ является так называемое «голосование деньгами» жителей за проект, т. е. готовность к финансовому участию в реализации выбранного проекта.

В реализацию ППМИ как обязательная процедура включено проведение собрания жителей, на котором происходит выбор проекта, представляемого на конкурс, с его видеофиксацией. Кроме того, могут дополнительно включаться обязательные процедуры обучения участников на ежегодной школе ППМИ (например, в Тверской области).

Жители, участвующие в собрании, выбирают проект, который будет подаваться на региональный конкурс органами местного самоуправления и финансовую поддержку которого они готовы осуществить. При этом несмотря на то, что в финансовое участие будут вовлечены все жители муниципального образования (в той или иной форме, так как финансовое участие предполагается либо с каждого жителя, либо с каждого двора и т. п.), но участвовать в собрании жителей могут не все. В этом случае при принятии решения о реализации того или иного проекта, лица, пришедшие на собрание и участвовавшие в голосовании, фактически выполняют функцию представительства, так как их мнение становится определяющим в выборе планируемого к реализации проекта и в дальнейшей необходимости финансового участия в поддержке реализации этого проекта тех жителей, кто непосредственно участия в собрании не принимал. Конечно, решение по выбору проекта принимается на собрании голосованием и опирается на принцип большинства. Однако доля участников собрания в общей численности жителей муниципалитета может существенно отличаться в зависимости от территории, направлений обсуждаемых проектов, проведенной подготовки к собранию и др. условий. Поэтому региональные органы власти в критерии оценивания представляемых на конкурс проектов включают:

- оценку степени участия жителей в собрании (например, в Тверской области если в собрании приняло участие менее 1 % жителей, то по данному показателю заявка получит лишь 50 % от выделен-

ного значения по данной позиции, и лишь при участии в собрании более 10 % жителей — 100 %);

- оценку удельного веса прямых благополучателей (только если их будет более 30 %, заявка получит по данному показателю максимальную оценку).

Проведенное исследование позволило выделить основные требования, предъявляемые к участникам инициативных групп [Лапушинская, 2017]. Исследование было ориентировано на выявление существующих проблем и поиск основных направлений совершенствования ППМИ в Тверской области, опиралось на интервьюирование глав четырех муниципальных районов, глав восьми сельских поселений и интервьюирование, проведенное на фокус-группах, в которых приняли участие 22 респондента (представители инициативных групп, имеющие опыт участия в реализации проекта в своем муниципальном образовании в рамках ППМИ). Одно из требований связано с тем, что члены инициативной группы как неформальные лидеры общественного мнения должны быть готовы «осуществлять на добровольных началах определенные виды деятельности: принимать участие в собраниях инициативной группы, в анкетировании и опросах граждан, в организации сбора денежных средств у населения, проводить разъяснительные беседы с гражданами, осуществлять общественный контроль за работой подрядчика и т. д.» [Лапушинская, 2017: 173].

Таким образом, выявлено, что до проведения собрания граждан по выбору проекта, представляемого муниципальным образованием на конкурс ППМИ и принятия решения по финансовому участию граждан в реализации этого проекта, необходимо активное предварительное исследование мнения граждан о восприятии ими тех основных проблем муниципального образования, которые жители хотели бы разрешить за счет участия в программе ППМИ, и оценке тех проектов, которые органы местного самоуправления могут по объективным обстоятельствам вынести на обсуждение граждан [Лапушинская, 2017].

Необходимо снизить вероятность возникновения процедурных рисков при выборе жителями проекта ППМИ, т. е. исключить ситуацию «выбора без выбора», когда на самом деле выбирать гражданам не приходится, так как наиболее интересные для них проекты не проходят по критериям проводимого региональными органами власти конкурса или требуют существенных предварительных затрат или действий, которые муниципалитет на данный момент осуществить не может.

Например, при проведении интервьюирования главы Пеньковского сельского поселения Спировского района Тверской области выяснилось, что несмотря на выявленную у жителей насущную проблему по ремонту водопровода сделать этого из-за отсутствия у муниципального образования документов, подтверждающих права собственности на этот водопровод (находится в статусе бесхозного имущества), на настоящий момент даже в условиях готовности жителей к финансовому участию в проекте невозможно. Глава администрации поселения так обозначил проблему: «У нас, конечно, было очень много от населения просьб по ремонту водопровода... В деревне Спирово мы объясняли, что мы пока по данному проекту не можем участвовать, потому что он не наш. Это нужно очень много документов собрать. И опять в этом году у нас ничего не получилось. Вот, будем пробовать уже на следующий год» (из транскрипта интервью). Однако жители данного поселения существующую проблему понимают и, включая вопрос с водопроводом в перечень проблем, которые выявляла администрация сельского поселения через опросные листы, не рассматривали это направление как единственно интересное при участии в ППМИ. Этого удалось достигнуть не только благодаря активному разъяснению условий возможного получения финансовой поддержки на реализацию проекта из регионального бюджета, но и благодаря предоставлению жителям реального права выбора на предварительно выявленных и подготовленных к обсуждению проектах, реализация которых интересна наибольшему числу равнодушных граждан.

Опираясь на лучшую практику активного взаимодействия с населением при участии муниципальных образований Тверской области в ППМИ, выявляемую при ежегодном анкетировании участников школы ППМИ, можно сделать выводы о значимости предпроектного выявления общественного мнения в условиях разъяснения населению ограничений на возможность реализации проектов ППМИ. Активное информационное партнерство органов местного самоуправления через предварительные процедуры обсуждения проблем и возможностей реализации проектов в формате ППМИ, направленных на решение вопросов местного значения, выступает залогом успешности не только в развитии территории, но и формировании уровня доверия населения к органам местного самоуправления. Выявление мнения жителей о насущных проблемах в развитии муниципального образования может осуществляться как через проведение традиционных опросов граждан, так и через создание

специальных интернет-страниц для обсуждения и предварительного голосования по проблемам, предложенным к решению самими гражданами (например, проект «Чего хочет Тверь?»<sup>1</sup>) или ОМСУ (например, обращение Администрации г. Твери и интернет-голосование по выбору проекта по благоустройству<sup>2</sup>). Процедуры обсуждения могут быть вынесены в социальные сети, делая сам механизм более прозрачным, а ОМСУ — более открытыми в принятии решений. Однако переход в виртуальную среду при обсуждении насущных проблем социально-экономического развития муниципального образования и при выборе проектов под реализацию не должен лишать возможности высказать свое мнение те группы лиц, которые в силу возраста, места проживания, уровня жизни и т. п. не могут принять участие в такой форме обсуждения. В результате требуется продуманный, комплексный механизм предварительного (до проведения собрания) выявления мнения жителей о насущных проблемах жизни в муниципальном образовании и готовности принять финансовое участие в решении вопросов местного значения.

### Список литературы

1. Вагин В. В., Гаврилова Н. В., Сухова А. С., Хачатрян Г. Н., Шаповалова Н. А., Шилов Л. А., Шульга И. Е. Инициативное бюджетирование. Российский опыт в области участия граждан в решении вопросов местного значения. М. : Алекс, 2017. С. 5—10.
2. Вагин В. В., Тимохина Е. А. 25 вопросов об инициативном бюджетировании: учебное пособие. М. : Т8 Издательские технологии, 2017. С. 4—7.
3. Вагин В. В., Гаврилова Н. В., Шаповалова Н. А. Инициативное бюджетирование в России: лучшие практики и направления развития // Финансовый журнал = Financial journal. № 4. 2015. С. 97—100.
4. Егоров И. И. Инициативное бюджетирование. Региональный опыт. Программа поддержки местных инициатив в Тверской области. URL: <https://docplayer.ru/27066411-Iniciativnoe-byudzhetrovanie-regionalnyy-opyt.html> (дата обращения: 10.04.2019).
5. Лапушинская Г. К., Баженова Т. Ю., Морозова О. Н. Особенности коммуникативного взаимодействия органов власти с населением через формирование инициативных групп в рамках реализации программы поддержки местных инициатив // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Экономика и управление». 2017. № 1. С. 167—175.

<sup>1</sup> <https://чего-хочет-тверь.рф>.

<sup>2</sup> <http://www.tver.ru/vote2019/>.

6. Лапушинская Г. К., Баженова Т. Ю. Возможные риски участия муниципального образования в реализации программы поддержки местных инициатив // Роль местного самоуправления в развитии государства на современном этапе: материалы II Международной научно-практической конференции / Государственный университет управления. М. : Издательский дом ГУУ, 2017. С. 174—179.

**Фиксировать, предвосхищать, моделировать.  
Социальная инженерия в управлении социальными институтами  
(рынок труда, образование, здравоохранение)**

**Н. П. Щукина**

**К ВОПРОСУ О РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ  
НЕЗАВИСИМОЙ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛОВИЙ ОКАЗАНИЯ  
СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ**

*ЩУКИНА Нина Петровна — доктор социологических наук, профессор, Самарский государственный медицинский университет, Самара, Россия*

*E-MAIL: nina\_shukina@mail.ru*

**Аннотация.** Автор исследует практики независимой оценки качества условий оказания социальных услуг в регионе (Самарской области), выступившем в свое время в качестве пилотной площадки по организации данного процесса. Акцент сделан на качественных характеристиках деятельности организаций-операторов и сложившихся практиках их отбора. В заключении обозначен ряд проблем, которые могли бы стать темами самостоятельных исследований достаточно противоречивых практик независимой оценки качества условий оказания названных выше услуг.

**Ключевые слова:** независимая оценка качества условий оказания социальных услуг, организации-операторы, конкурсные процедуры, региональные практики независимой оценки качества условий оказания социальных услуг, результативность независимой оценки качества условий оказания социальных услуг, социальные услуги

Тема независимой оценки качества условий оказания социальных услуг (далее — НОК) далеко не нова в социологическом дискурсе [Рагозина, Цацура, 2015; Савинская и др., 2017; Щукина, Логинова, 2014]. Толчком к написанию данной работы послужили произошедшие в последнее время существенные изменения в нормативном контексте организации такой оценки, а также участие автора в качестве общественного эксперта<sup>1</sup> в публичных слушаниях по региональному бюджету,

<sup>1</sup> Автор с 2009 г. является общественным экспертом по бюджетным расходам региональных министерств образования и науки, здравоохранения, социально-демографической и семейной политики.

на которых — так или иначе — проблематизируются бюджетные расходы, идущие на организацию НОК<sup>1</sup>, в том числе с постановкой вопроса об объективности и качестве такой оценки.

Остановимся на этих изменениях, проблематизируя сложившиеся практики организации НОК в регионе (Самарской области), выступившем в свое время в качестве пилотной площадки по организации такой оценки. Сделаем это, фокусируя внимание не на периоде с 2015 г., когда НОК была запущена в отношении всех организаций социальной сферы, а на периоде 2017—2018 гг., когда в связи с критикой сложившейся практики НОК был принят ФЗ № 392, направленный на дальнейшее усовершенствование порядка проведения НОК. Назовем социологически значимые проблемы, озвученные на самых высоких уровнях незадолго до принятия данного ФЗ:

- структуры, занимающиеся независимой оценкой, должны быть *«действительно независимыми для предупреждения конфликта интересов»*;
- *«не всегда выбираются должным образом операторы, которые организуют саму общественную оценку»*;
- у операторов *«не всегда достаточно соответствующей квалификации»*, что находит отражение в качестве и количестве опрошенных и делаемых на такой основе выводах, которые *«минимальны»*;
- другое.

Воспользовавшись стратегией кейс-стади, сфокусируем внимание на сложившихся практиках организации независимой оценки в Самарской области. Эмпирической базой исследования выступают материалы о независимой оценке качества условий оказания социальных услуг, размещенные на сайтах Министерства труда и социальной защиты РФ, трех региональных социальных министерств периода 2017—2018 гг., материалы региональных публичных слушаний по распределению бюджетных средств, прошедших в ноябре 2018 г., на которых ставились вопросы об организации независимой оценки качества социальных услуг, а также результаты нашего включенного наблюдения за процессом коммуникации власти и общественности на публичных слушаниях касательно организации НОК. Речь пойдет о региональных министерствах образования и науки (далее — МОиН), здравоохранения (далее — МЗ) и министерстве социально-демографической и семейной политики (далее — МСДиСП).

<sup>1</sup> Речь идет об услугах учреждений образования, здравоохранения, культуры, социального обслуживания.

Прежде всего обратим внимание на организации-операторы, осуществляющие НОК: изменилось ли что-то в их количественном и качественном составе за последние годы? МОиН, в отличие от других министерств, прибегает к услугам одной подведомственной структуры в качестве организации-оператора — Центра профессионального образования (далее — ЦПО)<sup>1</sup>, в то время как МЗ — к услугам своего общественного совета и Самарского государственного экономического университета. К наибольшему количеству организаций-операторов прибегает МСДиСП [Топилин, 2017]. Из 11 организаций — операторов данного министерства семь — это подведомственные структуры, включая ГКУ Самарской области «Областной центр социальной помощи семье и детям». Но наряду с этим в перечне организаций-операторов, работавших на площадках МСДиСП в 2016—2018 гг., представлены другие организации: из городов Иваново, Саратовской области, Бурятии. В связи с этим представляется значимой постановка вопроса о том, почему в числе организаций-операторов не оказалось ни одной из региональных исследовательских групп, известных и востребованных далеко за пределами Самарской области?<sup>2</sup> Причем ключевые направления деятельности этих исследовательских групп напрямую связаны с изучением социальной сферы, с применением разнообразного спектра методов сбора, обработки и анализа соответствующей информации<sup>3</sup>. Данный вопрос приобретает особое звучание в контексте рассмотрения основных направлений деятельности организаций, выигрывающих конкурсы на проведение НОК. Судя по материалам, размещаемым на сайтах министерств, наиболее открыто в аспекте отражения работы по НОК МСДиСП [Официальный сайт для размещения информации...]. В 2016—2018 гг. конкурсы на проведение НОК в данном министерстве выигрывали ММЦ «Иваново»<sup>4</sup>, ООО «Самира» и «Витадини», причем последняя организация дважды: в 2017 и 2018 гг. [Проведение независимой оценки...]. Обращает на себя внимание факт, что в перечне направлений деятельности организаций-операторов — большое разнообразие. Так, в случае с «Самирой» ее деятельность в основном

<sup>1</sup> ЦПО — Государственное бюджетное образовательное учреждение дополнительного профессионального образования (повышения квалификации) специалистов Центр профессионального образования Самарской области.

<sup>2</sup> Речь идет об исследовательской группе «Свободное мнение», Центре гуманитарных технологий и исследований «Социальная механика», фонде социальных исследований.

<sup>3</sup> См., например, сайт Центра гуманитарных технологий и исследований «Социальная механика» [http://www.socmech.ru/index.php?cat\\_id=104](http://www.socmech.ru/index.php?cat_id=104) (дата обращения: 10.01.2019).

<sup>4</sup> ММЦ «Иваново» — ООО Межрегиональный маркетинговый центр «Иваново». URL: <https://www.rusprofile.ru/gz/10478414> (дата обращения: 27.12.2018).

связана «с использованием вычислительной техники и информационных технологий», представлены и такие виды работ, как выращивание зернобобовых культур и семян, овощей, грибов, отстрел диких животных, рыбоводство и т.д.<sup>1</sup>. Что касается сотрудников организации, то он один, включая руководителя. В случае с «Витадини» и ММЦ «Иваново» ситуация выглядит сходным образом: это небольшие сравнительно новые организации. Основной вид деятельности — «торговля розничная, и еще 33 вида деятельности»<sup>2</sup> в случае с «Витадини»; деятельность в области права и бухгалтерского учета, включая розничную торговлю и т.д., — в случае с ММЦ «Иваново»<sup>3</sup>.

Думается, что поставленный вопрос — риторический, ибо конкурсные процедуры отбора организаций-операторов приводят к тому, что победителем становится организация, соглашающаяся на минимальную оплату труда. Действительно, в 2016 г. МСДиСП выделило в своем бюджете на проведение НОК 350 тыс. руб. Конкурс был выигран «Самирой» в силу того, что контракт заключен с ней был на сумму 98,9 тыс. руб., был объявлен второй конкурс, и его выиграл ММЦ «Иваново», с которым был заключен контракт на 189 620 руб. [Официальный сайт для размещения информации...]. В результате такой организации НОК задание по ее проведению разбилось на две части: оказание услуг по проведению НОК в 27 и 33 — соответственно — организациях социального обслуживания [Официальный сайт для размещения информации...]. При этом экономия бюджетных средств по этой статье расходов составила 61 480 руб. В последующие годы в бюджете МСДиСП выделялось меньше средств: в 2018 г., например, 250 000 руб. И, как было отмечено на публичных слушаниях (далее — ПС) по бюджету МСДиСП, по этой статье расходов «всегда есть экономия»<sup>4</sup>. В других рассматриваемых министерствах НОК осуществлялась по сути в рамках «госзадания». Конкурсные начала в проведении НОК, практикуемые критерии отбора организаций-операторов позволяют выделять на эту сложную, социально значимую деятельность незначительные финансовые ресурсы. А ведь результаты такой НОК включены в систему оценки эффективности деятельности руководителей федеральных и региональных органов исполнительной власти, высших

<sup>1</sup> ООО «САМИРА». Виды деятельности. URL: <https://kontragent.io/company/1166451063437/6445018363/activities> (дата обращения: 27.12.2018).

<sup>2</sup> URL: <https://sbis.ru/contragents/0326539479/032601001> (дата обращения: 10.01.2019).

<sup>3</sup> URL: <https://www.rusprofile.ru/id/456747> (дата обращения: 10.01.2019).

<sup>4</sup> Ответ зам. министра МСДиСП на ПС от 22.11.2018 г. Из наблюдений за процессом публичных слушаний в МСДиСП от 22.11.2018 г.

должностных лиц регионов [Федеральный закон..., 2017]. Тем не менее, судя по сложившимся практикам организации конкурсов по проведению НОК, качественные характеристики организаций-операторов оказываются по сути вне внимания организаторов конкурсов. Речь идет о том, что акцент делается на следующей информации об этих организациях: место нахождения, государственный контракт, работы, предусмотренные контрактом и «история изменений», в которой зафиксирована информация о проведенных прежде работах [Официальный сайт для размещения информации...].

Резюмируя сказанное касательно сложившихся практик НОК, подчеркнем, что даже на уровне отдельно взятого региона имеют место достаточно противоречивые, разные по качеству подходы к организации и проведению такой оценки. Темой специального рассмотрения могли бы стать временные границы проведения НОК и ожидаемые результаты, включающие в себя следующее: «итоговый текстовый отчет о результатах проведенной независимой оценки» по всем исследуемым организациям; «рейтинг этих организаций, сформированный по типам рейтингов, согласованных с Заказчиком»; «предложения по улучшению работы организации с учетом результатов независимой оценки качества» [Официальный сайт для размещения информации...]. Речь идет о том, что, согласно сложившимся практикам проведения НОК, на эту сложную деятельность отводится порой не более 20 дней, конкурсы выигрывают организации, территориально удаленные от заказчиков, требования к организациям-операторам не включают учет качественного состава персонала, ключевых направлений деятельности этих организаций, а также содержания и качества выполненных прежде работ. В случаях проведения НОК в рамках «госзаказа» предметом специального интереса могла бы стать тема связи репрезентативности результатов НОК и практических рекомендаций для учреждений социальной сферы, разрабатываемых по итогам этой НОК. Практически значимой представляется тема корреляции минимального и/или сокращающегося финансирования НОК с результативностью такой оценки и особенностями размещения отчетной документации по НОК в интернете. Темой специального рассмотрения могли бы стать и отчеты по НОК в социологическом дискурсе, а подтемой — репрезентативность данных НОК и критерии оценки деятельности руководителей региональных органов исполнительной власти.

На наш взгляд, самостоятельной темой исследования мог бы стать и понятийный дискурс НОК. Ведь используемые понятия в разного рода

официальных текстах по такой оценке, включая методические рекомендации по ее проведению, могут быть не только охранной грамотой, но и мишенью.

### **Список литературы**

1. Официальный сайт для размещения информации о государственных (муниципальных) учреждениях. URL: <https://bus.gov.ru/pub/home> (дата обращения: 27.12.2018 г.).
2. Проведение независимой оценки качества работы государственных (муниципальных) учреждений, оказывающих социальные услуги в сфере социального обслуживания // МСДиСП. URL: <http://minsocdem.samregion.ru/obshchestvennyy-sovet/deyatelnost-obshchestvennogo-soveta/provedenie-nok#overlay-context=obshchestvennyy-sovet/deyatelnost-obshchestvennogo-soveta> (дата обращения: 10.01.2019 г.).
3. Рагозина Л. Г., Цацура Е. А. Независимая оценка качества оказания социальных услуг: пере результаты // Мониторинг общественного мнения, 2015. № 1. С. 3—13.
4. Савинская О., Дудченко О., Мытиль А. Методический аудит независимой оценки качества в социальной сфере: возможности и ограничения // Журнал исследований социальной политики. 2017. № 1. С. 97—112.
5. Топилин М. Независимая система оценки качества услуг в социальной сфере — новая форма общественного контроля. URL: <https://rosmintrud.ru/social/nsok/39> (дата обращения: 25.12.2018).
6. Федеральный закон от 05.12.2017 г. № 392-ФЗ. URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=304255> (дата обращения: 10.01.2019).
7. Шукина Н. П., Логинова И. А. Работе учреждений социального обслуживания населения — объективную независимую оценку качества оказываемых услуг. Метод. пособие. по независимой оценке работы учреждений социального обслуживания. Самара, 2014. 67 с.

**И. С. Шаповалова**

## СИСТЕМНАЯ ДИАГНОСТИКА В СОПРОВОЖДЕНИИ БЕРЕЖЛИВЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ КОРПОРАЦИИ

*ШАПОВАЛОВА Инна Сергеевна — доктор социологических наук, заведующая кафедрой социологии и организации работы с молодежью, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, Белгород, Россия*

*E-MAIL: inna-shapov@mail.ru*

*ORCID: 0000-0002-2855-8968*

**Аннотация.** Новые формы управления, призванные повысить не только конкурентоспособность российских корпораций, но и начать формирование новой производственной культуры — «бережливых ценностей», на этапе своего внедрения сталкиваются со значительными трудностями, связанными с непониманием, сопротивлением и отторжением участниками процесса. В статье предложены социологические инструменты системной диагностики ситуации вуза — как социального актора бережливых трансформаций в контексте актуальной ситуации управленческих преобразований, соединенные в комплексном исследовании, главной целью которого является определение готовности корпоративных групп к внедрению технологий бережливого производства. Научной новизной предлагаемой статьи является модель диагностической системы, ее индикаторы и аналитические линии. Практическая значимость предлагаемой модели и инструментов эмпирически подтверждена на уровне корпорации и одобрена специалистами в области бережливого производства. Новый формат ценностного управления изменениями позволяет формировать требуемую культуру бережливого мышления. Предлагаемая система социологической диагностики входит в процесс социально-инженерных трансформаций при введении новых форм производственных процессов и управления в корпорации и выступает как пример системной диагностики в организации. Учитывая диагностику, анализ готовности персонала и выявленные проблемы, социальные инженеры могут конструировать процесс внедрения бережливого производства.

**Ключевые слова:** бережливое производство, социальная инженерия, корпоративная культура, готовность персонала к изменениям, ценности, удовлетворенность персонала, мотивация персонала

Залогом успешного развития в конкурентной борьбе современной корпорации становятся новые подходы к управлению, позволяющие грамотно управлять и экономить имеющиеся ресурсы, раскрывать, премножать и сохранять человеческий потенциал. Сегодня все мы говорим о новом подходе, новой парадигме управления — внедрение в социальной корпорации принципов и инструментов бережливого производства. Несмотря на то, что в нашей стране данная концепция в каком-то смысле революционна, а при использовании в нетипичной (социальной) сфере, даже ломающей менталитет, основы, изложенные, как правило, в «скрижалях» у зарубежных авторов, весьма близко переплетены с родной всем советским людям системой НОТ (научной организацией труда), что не могут не замечать ученые и практики, участвующие в исследовании и организации данной высокоэффективной системы (например, такие как С. Г. Фалько [Фалько, 2016]). Возможно, поэтому поисковые запросы в российских базах уже сегодня выдают более 15 000 вариантов научных трудов, посвященных различным аспектам рассмотрения данного вопроса, в том числе и его монографическому изучению (которое мы, например, видим в работах Н. С. Давыдовой [Давыдова, 2012], также у В. Л. Попова и К. О. Сафроновой, озабоченных поиском концептуальной парадигмы изменения курса предприятия [Попов, 2015; Сафронова, 2012]), в попытках предложить модели управления им, новые форматы, касающиеся трансформации общих принципов для различных производственных сфер (что представлено также в работах Н. С. Давыдовой и Ю. П. Клочкова [Давыдова, Клочков, 2012]).

Инновационные формы управления, к тому же представляющие собой трансформацию технологий из смежных областей, являются самыми конфликтными по своей сути, и способны вызвать максимальное сопротивление со стороны пользователей и исполнителей. Такое сопротивление, помимо увеличения времени на внедрение инноваций, способно ослабить и даже полностью нивелировать эффект от возможного прогрессивного изменения — тем самым мы получаем не «сбережение», а растрату ресурсов, а возникшее недоверие к управлению среди персонала отбросит систему на несколько шагов назад. Подтверждение своему беспокойству мы находим в научных исследованиях многих авторов: так, например, Н. В. Просвирина и А. И. Тихонов подчеркивают роль человеческого фактора при переходе предприятий на новый формат управления [Просвирина, Тихонов, 2016]; В. Р. Медведева и М. М. Коренков настаивают на обязательном условии эффективности

управленческих инноваций, связанном с изменением культуры мышления персонала [Медведева, Коренков, 2017]. На этом же делают акцент и О. Н. Мельников, В. Г. Ларионов, Н. А. Ганькин [Мельников, Ларионов, Ганькин, 2016], говоря также о необходимости развития культуры доверия между администрацией предприятия и его работниками.

Для снижения рисков возникновения высокого уровня сопротивления и отторжения новых форм управления процессами и системами необходимо получить ответы на вопросы, касающиеся исходного состояния системы и ее проблемного комплекса, запроса на желаемое состояние, готовности системы к внедрению новых форматов управления. В рамках решения этой задачи Центром социологических исследований НИУ «БелГУ» в 2017—2018 гг. разработана система социальной диагностики сопровождения внедрения бережливого производства в университете (апробированная в том числе и на других социальных организациях), с учетом специфики деятельности образовательной организации и акцентов на возможностях социальной инженерии в обеспечении стратегического и инновационного развития современного вуза — как одного из самых типичных социальных акторов бережливых трансформаций в современном хронотопе инновационных преобразований государственной сферы.

Программно-инструментальный комплекс готовности персонала к внедрению принципов и методов бережливого производства основан на исследовательской модели, включающей три основных замера: 1) замер удовлетворенности сотрудников организацией производственных процессов и условиями труда, 2) диагностику корпоративной культуры, 3) собственно замер готовности персонала к включению в бережливые трансформации. Исследования, включенные в комплекс, выполнены посредством онлайн-анкетирования по квотной выборке (квотирование по полу, возрасту, представленности структур корпорации). Количество респондентов по каждому из исследований составило 717 человек (ошибка выборки 2,48%, доверительный интервал 95%). На этапе реализации поисковых стратегий реализованы качественные интервью с экспертами (специалистами в сфере бережливого производства, коучами по внедрению бережливого производства, «бережливymi» руководителями и лидерами), фокус-групповые интервью с административно-управленческим персоналом вуза, сотрудниками вуза, включающимися в эксперименты с бережливymi изменениями.

Первый этап исследования — диагностика удовлетворенности персонала существующей ситуацией, позволили определить общий фон соци-

ального самочувствия, обозначить точки последующих изменений, а также определить первые проекты «бережливых преобразований» (рис. 1).



Рисунок 1. Удовлетворенность персонала организацией и условиями труда

Второй этап — диагностика корпоративной культуры университета, осуществленная по авторской исследовательской модели (см. более подробно [Шаповалова, 2006, 2008, 2009]), показала, что существует ряд проблем, которые действительно способны вызвать дополнительные трудности на этапе первичного внедрения новых форматов управления: общая оценка подсистем корпоративной культуры показывает, что культура коллектива представлена наиболее низкими показателями по отношению к другим подсистемам.

Детальная диагностика показала конкретные элементы, на которые можно будет опереться при внедрении бережливого производства, а также элементы, выполняющие барьерную функцию (рис. 3): проблемы, связанные с возникновением и управлением традициями (68,3% эффективности показателя); мотивацией (58,3%); инновационной готовностью (67,2%); приверженностью персонала (56,1%).

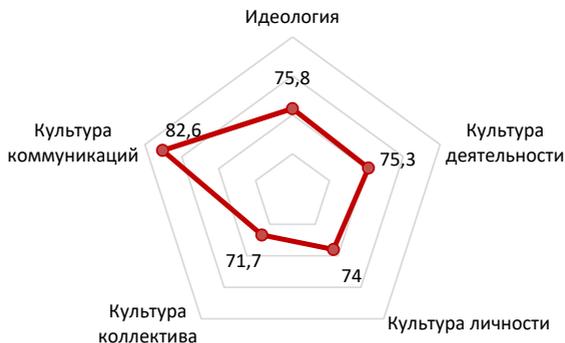


Рисунок 2. Показатели подсистем корпоративной культуры

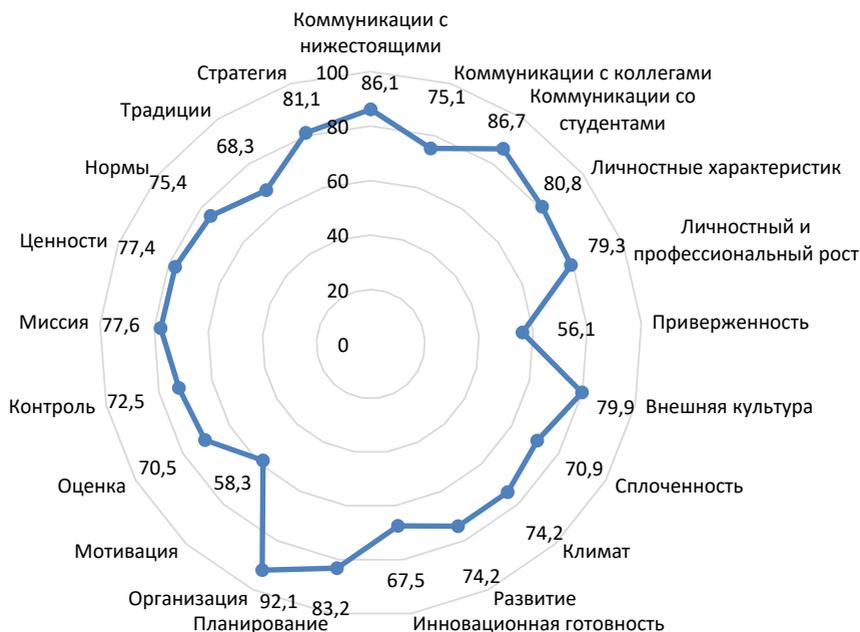


Рисунок 3. Показатели элементов корпоративной культуры университета

Системные исследования существующего и предполагаемого ценностного профиля покажут сильные и слабые стороны перед предстоящими изменениями, но самое главное — дадут возможность сопоставить существующий профиль с целевым профилем бережливой культуры. Ведущие

разделяемые ценности дают неплохую основу для внедрения скачковых инноваций — основа для этого заложена в виде сверхразделяемой ценности «самодисциплина» (81,4 %). Неплохим подспорьем является и ценность «демократия» (72,1 %), спродуцированная предыдущими форматами управления, что даст возможность ввести открытые формы оценки и сделать ценностную подложку по технологии кайдзен. Профессионализм, солидарность, творчество, ответственность, сопричастность и командная работа — все это бальзам на душу инноватора, позволяющий ему перейти к социально-инженерному творчеству.

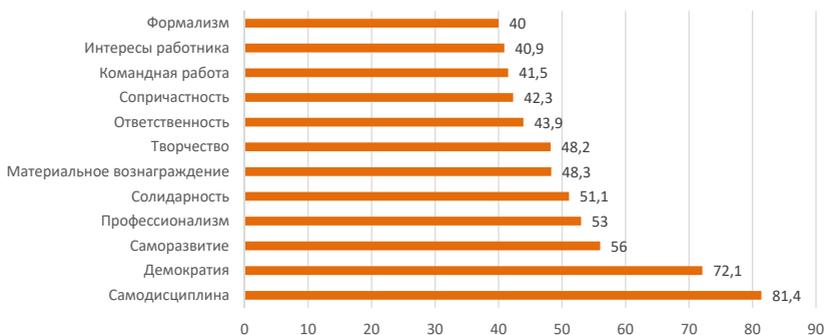


Рисунок 4. Ведущие ценности корпоративной культуры университета

Но одновременно с этим мы можем обозначить три лакуны — две из них дают нам запрос на определенным образом сконструированную мотивационную систему будущих изменений (материальная составляющая и интересы работника) — введение и демонстрация повышение показателей этих обязательных элементов в будущей измененной системе гарантированно будет формировать команду приверженцев новых форматов (рис. 4). Третья проблемная лакуна, вошедшая в разряд ведущих ценностей — это формализм — не просто проблема, это реальный «барьерный риф» для «бережливого» проекта. В этом слове заключены все основные потери, которые только возможны.

Эксперты определили желаемый профиль бережливой культуры. В него включены такие ценности, как «демократия» (86 %), «преданность» (70 %), «моральное вознаграждение» (70 %), «ответственность» (86 %), «клиентоориентированность» (86 %), «сопричастность» (86 %), «саморазвитие» (86 %), «командная работа» (70 %), «кайдзен» (86 %), «устранение потерь» (70 %), «непрерывность процесса» (86 %). Соотнеся его с имеющимся

на сегодняшний день, видим, что из заявленных ценностей присутствуют в профиле практически 50 %, что совпадает с гипотезой, которую изначально выдвинула наша исследовательская группа — о существовании в том или ином виде ряда форматов и ценностей бережливого производства, которые в силу специфики терминологии не диагностируются специалистами и не выносятся как «background», платформа для будущих изменений.

Последним этапом диагностики стал замер, позволяющий увидеть конкретный фундамент изменений, получить точки координат будущих сопротивлений, которые возможно нивелировать форматами обучения, заражения, соревнования, моральной и материальной мотивации (рис. 5). Каждый из блоков представляет собой целую систему, дающую информацию по реальной ситуации и руководство к действию для социальных инженеров. Использование nano-социологических инструментов позволяет на доступном кейсе показать сложные термины и понятия, чем обеспечивается образовательный и «успокоительный» эффекты диагностики.



Рисунок 5. Диагностическая модель оценки готовности персонала к внедрению бережливого производства

К сожалению, формат краткой статьи не позволяет полностью осветить все результаты исследований, но дает возможность сформулировать следующие выводы. Управленческие инновации, меняющие процессную структуру корпорации, затрагивающие при этом большие массы сотрудни-

ков, не могут быть внедрены без предварительной диагностики готовности системы к таким трансформациям. При этом диагностическая модель должна быть основана на комплексном исследовании, позволяющем определить все показатели готовности, а возможно, и задать вектор предварительной подготовки корпоративной системы к изменениям. К вопросу о подготовке к внедрению бережливого производства в сфере услуг — следует подчеркнуть специфику тех преобразований, которые надлежит провести по всем методам новационной формы управления, для снижения сопротивляемости персонала, понимая при этом, что не всегда «заграничный» флер выгоднее по отношению к известным смыслам трансформаций. Так, итоговый замер готовности университета к внедрению бережливого производства показал, что многие сотрудники не только знают, но и применяют его принципы и методы, при этом не соотнося их с японскими аналогами, считая их просто методами эффективной деятельности и организации труда — как личного, так и вверенного им подразделения.

### Список литературы

1. Давыдова Н. С. Бережливое производство: монография. Ижевск, 2012.
2. Давыдова Н. С., Ключков Ю. П. Модель управления внедрением системы «бережливое производство» на предприятии // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. 2012. № 4. С. 32—35.
3. Медведева В. Р., Коренков М. М. Формирование эффективной системы управления наукоемким производством через призму концепции «бережливое производство» (на примере ПАО «КАЗАНЬОРГСИНТЕЗ») // Управление устойчивым развитием. 2017. № 3 (10). С. 31—44.
4. Мельников О. Н., Ларионов В. Г., Ганькин Н. А. Основные этапы инновационного развития организации производства с позиций динамики использования принципов бережливого производства // Вопросы инновационной экономики. 2016. Т. 6. № 3. С. 239—258.
5. Попов В. Л. Внедрение концепции «бережливое производство» на предприятиях // Экономика и предпринимательство. 2015. № 4—1 (57). С. 515—518.
6. Просвирина Н. В., Тихонов А. И. Роль человеческого фактора при внедрении принципов бережливого производства на предприятиях высокотехнологичного производства // в сб.: Идеи К. Э. Циолковского в инновациях науки и техники материалы 51-х Научных чтений памяти К. Э. Циолковского. 2016. С. 448—450.

7. Сафронова К. О. Особенности применения концепции «бережливое производство» в компаниях различных сфер деятельности и национальностях (различных странах) // Экономика и предпринимательство. 2012. № 5 (28). С. 431—435.
8. Фалько С. Г. Производственные системы и бережливое производство: новая мода или старая история // Инновации в менеджменте. 2016. № 4 (10). С. 2—5.
9. Шаповалова И. С. Анализ социальных объектов посредством концепции трех подсистем организационной культуры // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. 2006. № 4 (20). С. 301—306.
10. Шаповалова И. С. Структурное моделирование организационной культуры // Вестник Тамбовского университета. Серия: Гуманитарные науки. 2009. № 4 (72). С. 201—203.
11. Шаповалова И. С. Социогенетическое моделирование организационной культуры // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Философия. Социология. Право. 2008. № 12 (52). С. 100—109.

**А. В. Халявкин****СОЦИАЛЬНАЯ ИНЖЕНЕРИЯ: КАК ОНА МОЖЕТ  
СПОСОБСТВОВАТЬ ИЗМЕНЕНИЮ МИРА, ОПИРАЯСЬ  
НА РАСКРЫТИЕ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ПО УВЕЛИЧЕНИЮ  
АКТИВНОГО ДОЛГОЛЕТИЯ**

*ХАЛЯВКИН Александр Викторович — кандидат биологических наук, старший научный сотрудник, Институт биохимической физики РАН, Москва, Россия; Федеральный исследовательский центр «Информатика и управление» Российской Академии Наук (ФИЦ ИУ РАН), Москва, Россия*

*E-MAIL: antisenesc@mail.ru*

**Аннотация.** Наука вообще и социология в частности способны влиять на социальную реальность не только слегка модифицируя ее, но и существенно (качественно) ее меняя. Данное сообщение продолжает и развивает раннее высказанные взгляды на основополагающую роль социологии в реализации человечеством одной из сторон своего биологического потенциала. Речь идет о реальной возможности значительно увеличить длительность активной продолжительности жизни. Основное препятствие на пути к реализации этой возможности видится не в проблемах медико-биологического характера. В этой области достигнуты определенные успехи и постепенно приходит понимание того, что организм человека в норме обладает огромным потенциалом самовосстановления. Его реализация способна существенно, в разы (что уже достигнуто на модельных организмах) увеличить среднюю и максимальную продолжительность жизни. Понятно, что инфраструктура и механизмы функционирования современных обществ не готовы к осуществлению такой возможности. Могут возникнуть разного рода гуманитарные риски и коллизии. Их надо предусмотреть и найти способы их избежать или снизить возможные негативные последствия до приемлемого уровня. Для этого так называемые социальные инженеры должны сконструировать контуры будущих обществ, в которых бы органично функционировали здоровые и долгоживущие люди.

**Ключевые слова:** социальная инженерия, активное долголетие, потенциал нестарения, общество будущего, минимизация гуманитарных рисков

Постепенное снижение уровня смертности, наблюдаемое в ходе цивилизации в развитых странах, сопровождалось уменьшением рождаемости. Поэтому особенно бурного роста населения в них не было. А сейчас даже наблюдается депопуляция коренного населения. У развивающихся же стран при начавшемся снижении уровня смертности по инерции сохраняется высокая рождаемость. И такая несбалансированность приводит к быстрому росту населения — демографическому взрыву, усугубляющему различного рода социально-экономические, гуманитарные и иные проблемы.

С другой стороны, небывалый рост ожидаемой продолжительности жизни новорожденных вкупе со снижением рождаемости привел к увеличению доли пожилого населения развитых стран. Продолжающийся расти сегмент нетрудоспособной части населения уже начинает угрожать социально-экономической устойчивости общества.

Все эти явления еще больше усугубляют системный кризис, который испытывает человечество, находясь в зоне перманентной турбулентности. Проблемы, связанные с ростом продолжительности жизни и ростом населения, отражены во многих публикациях (например, [Вишневский, 1982; Россет, 1981; Урланис, 1978; Халявкин, 2016, 2017, 2018; Khalyavkin, 2017]). Реализация возможности дальнейшего роста средней продолжительности жизни (тем более такого резкого, как в случае с осуществлением частичного или полного контроля над старением) и значительного увеличения населения Земли, требует известной осторожности, аккуратности и социальной ответственности.

Например, такой продвинутый исследователь, предприниматель и инженер, как Илон Маск, лидирующий в космической отрасли, очень осторожен в плане развития и применения искусственного интеллекта. Он отчетливо понимает ту пользу, которую способно предоставить человечеству использование искусственного интеллекта. Однако, на наш взгляд, совершенно справедливо акцентирует внимание на возможных негативных последствиях его применения. Основной императив подобного подхода — предвидеть, предусмотреть и если нельзя избежать, то хотя бы минимизировать возможные негативные последствия. И это как нельзя актуально, если вспомнить про интернет. Наряду с его несомненной пользой появились киберпреступность, вирусные атаки и другие риски. Автомобиль без тормозов представляет собой опасность. Но даже если тормоза есть, но они не соответствуют мощности двигателя, то опасность сохраняется. Нельзя ездить на мощных мотоциклах, оснащенных тормозами от мопе-

дов. Разработка двигателей повышенной мощности должна сопровождаться параллельной разработкой мощных тормозов. Атомные реакторы не запускают без системы мощной защиты от непредвиденных событий. Например, без графитовых стержней, которые выдвигаются в случае необходимости и гасят неконтролируемую цепную реакцию в ядерном котле.

Социальные инженеры должны сконструировать надежный «котел» (оптимальное человеческое общество) и предусмотреть систему социальных «стержней» для минимизации возможного негатива, если что-то пойдет не так. И все это с учетом возможной реализации человеком своего потенциала резкого увеличения активного долголетия после достижения полного контроля над процессом старения, возможность которого упоминается и обосновывается, например, в [Комфорт, 1967; Халявкин, 1998; Khalyavkin, 2001; Rando, Chang, 2012; Khalyavkin, Krut'ko, 2018] и в ряде других публикаций<sup>1</sup>. Именно такую задачу ставят биогеронтологи, изучающие причины и механизмы естественного старения, перед социологами, экономистами, политологами, демографами, юристами и другими специалистами гуманитарного профиля.

### Список литературы

1. Вишневский А. Г. Воспроизводство населения и общество. История, современность, взгляд в будущее. М. : Финансы и статистика, 1982.
2. Комфорт А. Биология старения. М. : Мир, 1967.
3. Россет Э. Продолжительность человеческой жизни. М. : Прогресс, 1981.
4. Урланис Б. Ц. Эволюция человеческой жизни. М. : Статистика, 1978.
5. Халявкин А. В. Взаимодействие «организм-среда» и причины старения // Успехи геронтологии 1998. № 2. С. 43—48.
6. Халявкин А. В. Пути разрешения пенсионного кризиса — взгляд геронтолога // Материалы VI международной социологической Грушинской конференции «Жизнь исследования после исследования: как сделать результаты понятными и полезными», 16—17 марта 2016 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. М. : АО «ВЦИОМ», 2016. С. 1132—1134.
7. Халявкин А. В. Биомедицинские предпосылки принципиальной возможности переломить демографическую ситуацию в России. Взгляд геронтолога // Материалы VII международной социологической Грушинской конференции «Навстречу будущему. Прогнозирование в со-

<sup>1</sup> См. [www.researchgate.net/profile/Alexander\\_Khalyavkin/publications](http://www.researchgate.net/profile/Alexander_Khalyavkin/publications).

циологических исследованиях» 15—16 марта 2017 г. М. : АО «ВЦИОМ», 2017. С. 842—845.

8. Халявкин А. В. Социолог как конструктор будущего общества долговечных людей // Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии», 18—19 апреля 2018 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. М. : АО «ВЦИОМ», 2018. С. 120—124.

9. Khalyavkin A. V. Influence of environment on the mortality pattern of potentially non-senescent organisms. General approach and comparison with real populations. *Adv. Gerontol.* 2001. 7(1): 46—49.

10. Khalyavkin A. Solutions to the pension crisis — the view of a gerontologist // International Conference “Demography, Ageing and Health”, 25—28 Sep 2017, Oxford, UK. 2017. P. 6—7.

11. Khalyavkin A. V., Krut'ko V. N. How regularities of mortality statistics explain why we age despite having ageless somatic stem cells. *Biogerontology*. 2018. 19 (1): 101—108.

12. Rando TA., Chang H. Y. Aging, rejuvenation, and epigenetic reprogramming: resetting the aging clock. *Cell*. 2012. 148 (1—2): 46—57.

**С. П. Сторожева, Н. Л. Микиденко**

## **УПРАВЛЕНИЕ МАССОВЫМИ СПОРТИВНЫМИ ПРАКТИКАМИ В КОНТЕКСТЕ ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ**

*СТОРОЖЕВА Светлана Петровна — кандидат культурологии, доцент кафедры социологии, политологии и психологии, Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Новосибирск, Россия*

*E-MAIL: s.storozheva@sibsutis.ru*

*ORCID: 0000-0002-1302-2810*

*МИКИДЕНКО Наталья Леонидовна — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, политологии и психологии, Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, Новосибирск, Россия*

*E-MAIL: nl\_nsk@mail.ru*

*ORCID: 0000-0002-2232-8088*

**Аннотация.** Развитие массового спорта направлено на решение актуальных задач сохранения и укрепления здоровья населения, поддержания физической активности, формирования здорового образа жизни. Для решения проблемы популяризации зимних видов спорта и принятия управленческих решений по развитию спортивной инфраструктуры представляет интерес описание социальных практик занятий зимними видами спорта, информированности о возможностях этих занятий, удовлетворенность организацией работы уже действующих спортивных объектов и заинтересованности в появлении новых.

В исследовании выявлялись предпочтения горожан в выборе зимних видов спорта, частота и продолжительность занятий, а также факторы, влияющие на удовлетворенность занятиями зимними видами спорта. Результаты исследования могут быть использованы для управления массовыми спортивными практиками горожан.

**Ключевые слова:** практики массового спорта, зимние виды спорта, физическая культура, здоровый образ жизни

В Концепции долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации (от 17.11.2008 № 1662-р (ред. от 28.09.2018))

поставлены задачи формирования здорового образа жизни как важнейшего направления политики в области охраны здоровья. Реализация этой концепции предполагает пропаганду здорового образа жизни, обучение навыкам по соблюдению правил гигиены и режима труда, учебы, режима и структуры питания. Важным фактором формирования здорового образа жизни признается создание условий для развития туризма, занятий физической культурой и спортом различных групп населения [Концепция долгосрочного..., 2018]. Физическая культура и спорт как важные социальные феномены пронизывает все уровни общества, оказывая широкое воздействие на основные сферы жизнедеятельности общества. Сегодня спорт и физическая культура становятся частью бренда страны и политической символики. С одной стороны, физическая культура и спорт определяют развитие необходимых физических качеств и двигательных навыков человека, обеспечивая физическое здоровье, а с другой стороны, являются формой проведения свободного времени, общения, реализации жизненных сил.

Зимние виды спорта традиционно популярны в России как способ проведения свободного времени, укрепления здоровья, закаливания, поддержания хорошей спортивной формы, а при условии профессиональных занятий это возможность проявить себя в соревнованиях различного уровня.

Развитие массового спорта направлено на решение государственных задач сохранения и укрепления здоровья населения, поддержания физической активности, формирование здорового образа жизни. В то же время занятия спортом требуют создания определенных условий: оборудования стадионов и спортивных залов, катков, горнолыжных спусков и другой спортивной инфраструктуры. Эти проблемы остаются актуальными для жителей больших городов, где, несмотря на существование объектов спортивной инфраструктуры, есть проблемы пространственной и материальной доступности спортивных объектов. Проблему составляет недостаточная представленность в инфраструктуре города спортивных объектов шаговой доступности, что в условиях высокой загруженности городских транспортных структур становится объективным препятствием для регулярных занятий зимними видами спорта. Еще один фактор, препятствующий регулярным занятиям спортом, — высокая стоимость спортивного инвентаря, абонементов, спортивной экипировки.

Для решения вопросов управления здоровьесберегающими технологиями и популяризации зимних видов физической культуры и спорта как факторов здорового образа жизни горожан представляет интерес

описание социальных практик занятий зимними видами спорта, информированности горожан о возможностях этих занятий, удовлетворенности организацией работы уже действующих спортивных объектов и заинтересованности в появлении новых.

Проведенное авторами пилотажное исследование направлено на описание социальных практик занятий зимними видами спорта, оно включало выявление зимних видов спорта, которыми предпочитают заниматься горожане, частоты занятий зимними видами спорта, их продолжительности, а также факторов, влияющих на удовлетворенность занятиями физической культурой и спортом. Были выдвинуты следующие гипотезы: среди социальных практик занятиями зимними видами спорта преобладают катание на лыжах и коньках; на информированность горожан о занятиях зимними видами спорта влияет доступность информации о режиме работы, условиях и услугах, которые предоставляют спортивные объекты; на частоту занятий зимними видами спорта влияют мотивация человека, наличие спортивных объектов в шаговой доступности, опыт занятий зимними видами спорта; на удовлетворенность горожан занятиями зимними видами спорта влияют наличие спортивных объектов шаговой доступности и погодных условий зимнего сезона.

Наиболее популярными зимними видами спорта остаются катание на лыжах и коньках, что в некоторой степени обусловлено узкой представленностью других видов зимнего спорта в городской спортивной инфраструктуре. Респонденты назвали также горнолыжный спорт, хоккей, сноуборд, биатлон, лыжные гонки и фигурное катание. Занятия физической культурой и спортом горожане рассматривают как средство для поддержания и улучшения здоровья (27,2%), способ проведения свободного времени (25,9%); способ сохранения и улучшения телосложения (19,6%), возможность достигнуть определенных спортивных показателей (10,8%), развить силу, ловкость и другие навыки (8,2%), а также как испытание и проверку себя (8,2%). Среди причин, по которым горожане не занимаются спортом, названы отсутствие свободного времени (68,2%), отсутствие или неудобное расположение спортивных объектов/учреждений (20,5%), состояние здоровья (6,8%), неудобное расписание занятий (2,3%), слишком высокая стоимость занятий (2,3%). На частоту занятий зимними видами спорта влияют мотивация человека (42%), благоприятные погодные условия (29%) и наличие объектов шаговой доступности (24%). В целом с учетом исторических обстоятельств формирования городской среды следует отметить неравномерность развития спортивной

инфраструктуры города, что не позволяет обеспечивать равный доступ горожан к спортивным объектам.

Подводя итоги, необходимо отметить, что значимость подобных исследований повышается при анализе спортивной инфраструктуры конкретных муниципальных образований, обладающих определенной материально-технической базой для занятий спортом и физической культурой. Применение методов картирования с целью выявления потребностей населения в спортивной инфраструктуре с учетом шаговой и материальной доступности должно быть направлено на создание доступных условий в городской среде для подготовки спортсменов и развития массовых занятий зимними видами спорта среди разных категорий населения, особенно среди детей и молодежи.

### **Список литературы**

Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации (от 17.11.2008 № 1662-р (ред. от 28.09.2018)) [Электронный ресурс]. С. 25—28. Режим доступа: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=308069&fld=134&dst=100789,0&rnd=0.34056666651887446#07352302031655368> (дата обращения 10.03.2019).

**А. В. Гизатуллина**

## **СОЦИАЛЬНАЯ ИНЖЕНЕРИЯ В УПРАВЛЕНИИ ТРУДОВОЙ ЗАНЯТОСТЬЮ ЖЕНЩИН**

*ГИЗАТУЛЛИНА Анна Владимировна — аспирантка факультета ВШСН, Московский государственный университет им. Ломоносова, Москва, Россия*

*E-MAIL: an2nshastalo@gmail.com*

**Аннотация.** Цель данного исследования — провести анализ социальной политики в сфере трудовых отношений матерей в России и разработать пути совершенствования системы управления их трудовой занятостью. В рамках данного исследования применена методология социальной инженерии. В статье дан краткий анализ трудовой занятости российских матерей. В основу анализа положены гендерно-чувствительные индикаторы, характеризующие эффективность социальной политики РФ в сфере трудовой занятости матерей. Затронуты проблемы в организации трудовой деятельности матерей, намечены направления конструирования социальной политики в сфере их трудовых отношений.

**Ключевые слова:** социальная инженерия, трудовая занятость, женщина-мать, женская безработица, профессиональная сегрегация, дискриминация, партнерство

Одной из актуальных социальных проблем в России является проблема трудовых отношений женщин-матерей. Ее суть подтверждают следующие факты. В 2017 г. в составе рабочей силы матерей в возрасте 20—49 лет, имеющих детей до 18 лет, числилось 13 556 тыс. чел. [Рабочая сила..., 2018: 22, таблица 1.13], что составляет 78,43 % от всего числа матерей в России в статусах супружеской пары и матери-одиночки (17 285,9 тыс. матерей, по данным Всероссийской переписи населения 2010 г. [Женщины и мужчины России, 2018]).

В современном мире перед женщиной-матерью уже не ставят вопрос о ее предпочтении — семья или работа. Особенности использования труда женщин-матерей определяются тем, что помимо участия в общественном производстве они выполняют свою биологическую материнскую функцию, а также исторически сложившуюся во многих странах, в том числе и в России, семейно-бытовую.

Актуальность темы исследования обусловлена наличием в современных условиях ряда важных проблем, связанных с положением женщин на рынке труда. Их анализ и поиск путей разрешения имеет принципиально важное теоретическое и практическое значение для обеспечения устойчивого развития общества. Разрешение этого вопроса напрямую зависит от управления социальной политикой государства в сфере трудовых отношений женщин-матерей.

В современных условиях сложился новый подход к вопросу управления социальными системами. Это социальная инженерия, представляющая часть социологического знания, состоящего из ряда взаимосвязанных, последовательных процедур, направленных на оценку состояния социального объекта с целью выявления путей и методов его совершенствования. В рамках представленного исследования трудовой деятельности женщин-матерей применена методология социальной инженерии, которая заключается в детальном анализе элементов трудовых отношений женщин-матерей, формулирование практических выводов, позволяющих сконструировать нормативную модель социальной политики в сфере их трудовых отношений.

В основу анализа положены гендерно-чувствительные индикаторы, характеризующие эффективность социальной политики РФ в сфере трудовой занятости женщин-матерей. Индикаторы сгруппированы в блоки:

- первый блок посвящен анализу трудовой занятости женщин-матерей;
- второй блок включает рассмотрение проблем трудовых отношений: женская безработица, профессиональная сегрегация, дискриминация женщин-матерей;
- третий блок оценивает проблемы совмещения семейных обязанностей и трудовой занятости женщинами-матерями;
- четвертый блок представляет оценку эффективности социальной политики в сфере трудовой деятельности женщин-матерей.

Анализ занятости российских женщин в возрасте 20—49 лет, имеющих детей до 18 лет, за период 2010—2017 гг. демонстрирует стабильность с незначительным повышением в 2017 г. до 77,9% по сравнению с 2010 г. (75,6%). Занятость матерей, имеющих детей дошкольного возраста увеличилась до 65,8% в 2017 г. с 63,3% в 2010 г. [Рабочая сила..., 2018: 22, таблица 1.12].

Уровень экономической активности женщин вырос с 2008 по 2017 гг. с 58,5% до 60,1%. Однако имеются различные направления по возраст-

ным группам. В группе 15—19 лет активность упала до 4,4% в 2017 г. с 8,5% в 2008 г. В группе 20—24 года занятость в 2008 г. составляла 51,2%, а в 2017 г. снизилась до 43,2%. Незначительный рост экономической активности наблюдается в группах 25—29, 30—34, 35—39, 40—44, 45—49, 50—54, 55—59 и 60—72 лет, где занятость в 2017 г. составила 76,8%, 79,8%, 85,1%, 88,6%, 88,7%, 83%, 52% и 17,3% соответственно [Рабочая сила..., 2018: 31].

Динамика структуры занятого населения в период 2008—2017 гг. демонстрирует устойчивый рост и превышение показателей по образованию у женщин над мужчинами. Так, процент занятых женщин с высшим образованием возрос с 30,2% в 2008 г. до 38,3% в 2017 г. У мужчин — соответственно с 24,4% в 2008 г. до 29,5% в 2017 г. [Рабочая сила..., 2018: 33].

Женщины в структуре занятого населения в возрасте 15 лет и старше в 2017 г. превышали мужчин и по среднему профессиональному образованию по программе подготовки специалистов среднего звена. Женщины занимали 29,35% по сравнению 21,7% у мужчин.

Матерей в возрасте 20—49 лет, имеющих детей до 18 лет, в 2017 г. безработными было 681 тыс. чел., или 5% от численности матерей в возрасте 20—49 лет в составе рабочей силы.

Уровень безработицы матерей зависит от количества детей. В 2016 г. уровень занятости и безработицы матерей в возрасте 20—49 лет, имеющих детей до 18 лет, составил: при наличии одного ребенка 80,7% и 4,7% соответственно; при наличии двух детей: 73,4% и 5,9%; при наличии трех детей и более: 57% и 10,5% [Кабарчук, 2013].

Динамика продолжительности поиска работы мужчинами и женщинами по возрастным группам констатирует рост этой продолжительности с увеличением возраста. Практически во всех возрастных группах продолжительность поиска работы женщинами превышает продолжительность поиска работы мужчинами. В возрастной группе 15—19 лет продолжительность поиска работы и мужчинами, и женщинами составляет 4,6 месяца. 8 месяцев ищут работу мужчины и женщины в возрастной группе 35—39 лет. В группе 55—59 лет продолжительность поиска составляет для мужчин 8,9 месяцев, для женщин — 8,5 месяцев. Аналогичная ситуация сохраняется и в группе 65—72 года [Рабочая сила, занятость и безработица в России, 2018: 129].

В 2017 г. наиболее феминизированными были следующие сферы: торговля (женщины 20,2%, мужчины 11,9%), образование (женщины

16,0%, мужчины 3,3%), область здравоохранения и социальных услуг (женщины 12,9%, мужчины 3,2%), деятельность гостиниц и предприятий общественного питания (женщины 3,9%, мужчины 1,3%) [Рабочая сила..., 2018: 50].

Анализ средних заработных плат работников организаций по видам занятий продемонстрировал четкое и стабильное различие заработных плат мужчин и женщин не в пользу последних. Средняя начисленная женская заработная плата в 2017 г. составляла: у руководителей — 67,84% от мужской заработной платы; у специалистов высшего уровня квалификации — 70,58%; у специалистов среднего уровня квалификации — 58,57%; у служащих, занятых обработкой документов — 77,26% [Сведения о заработной плате..., 2017].

Следует отметить, что в России сокращается число организаций, осуществляющих деятельность по образовательным программам дошкольного образования, присмотр и уход за детьми. В 2014 г. их было зарегистрировано 51 тыс., в 2015 г. — 50,1 тыс., в 2016 г. — 49,4 тыс., а в 2017 г. их количество снизилось до 48,6 тыс.<sup>1</sup>

Анализ текущего состояния социальной политики в сфере трудовых отношений женщин-матерей позволяет выделить направления конструирования социальной политики, направленной на устранение или уменьшение негативных моментов в трудовых отношениях женщин-матерей:

- в государственном масштабе следует широко внедрять принцип партнерства и разделения ответственности;
- необходимо разрабатывать и реализовывать инновационные рыночные социальные технологии в области трудоустройства женщин;
- следует выработать систему стимулирующих мер для государственных и негосударственных предприятий (организаций), содействующих трудоустройству женщин;
- стоит способствовать обеспечению условий для гармоничного сочетания профессиональных и семейных обязанностей через развитие социальной инфраструктуры.

## Список литературы

1. Женщины и мужчины России — 2018 г. Данные статистики // ФСГС. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2018/wo-man18.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/doc_2018/wo-man18.pdf) (дата обращения: 11.03.2019).

<sup>1</sup> Образование // ФСГС. URL: [http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_main/rosstat/ru/statistics/population/education/](http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/education/) (дата обращения: 11.03.2019).

2. Кабарчук Т., Нагерняк М. Детерминанты занятости для матерей в России // Журнал исследований социальной политики. 2013. Том 11. № 1. С. 25—48. URL: <http://www.demoscope.ru/weekly/2015/0659/analit01.php> (дата обращения: 11.03.2019).
3. Рабочая сила, занятость и безработица в России (по результатам Р13 выборочных обследований рабочей силы). 2018 : стат. сб. / Росстат. М., 2018. 142 с.
4. Сведения о заработной плате работников организаций по категориям персонала и профессиональным группам работников за октябрь 2017 г. Данные статистики // ФСГС. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2017/trud\\_2017.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/doc_2017/trud_2017.pdf) (дата обращения: 11.03.2019).

**Е. Ю. Васильева**

## **РОЛЬ СОЦИАЛЬНОЙ ИНЖЕНЕРИИ В ВЫПОЛНЕНИИ ЗАДАЧ ОХРАНЫ МАТЕРИНСТВА И ДЕТСТВА**

*ВАСИЛЬЕВА Елена Юрьевна — бакалавр по направлению «Интеллектуальные системы в гуманитарной сфере» Международной школы «Медицина будущего» и кафедры социологии медицины, экономики здравоохранения и медицинского страхования, Институт социальных наук Первого МГМУ им. И. М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет), Москва, Россия*

*E-MAIL: lena.vasilyeva777@yandex.ru*

**Аннотация.** Состояние репродуктивного здоровья молодой женщины во многом зависит от нее самой. Реализовать свое право на рождение здорового ребенка женщина может только при условии своего активного участия в подготовке к беременности. Главным препятствием на этом пути остается недостаточная и неадекватная социальная стратегия по репродуктивному здоровью населения, что связано с отставанием в применении методов социальной инженерии, отвечающих современным тенденциям и возможностям. Одним из технологических трендов социального воздействия на здоровье на популяционном уровне является мобильное приложение, оно может иметь игровую и ориентированную на конкретную социальную группу форму. Дополненная реальность может усиливать воздействие сценария мобильного приложения. Разработку социального мобильного приложения вместе с дополненной реальностью можно назвать востребованной временем мерой для охраны материнства и детства. Среди проблем, которые гинекологи относят к преимущественно социальным, можно выделить профилактику анемии и авитаминоза, а также предотвращение случаев неонатальной смерти, связанных с неинформированностью и поведением беременной и ее социального окружения. Эти проблемы может решить специально созданное социальное мобильное приложение.

**Ключевые слова:** охрана материнства и детства, ООН, социальная инженерия, мобильное приложение, дополненная реальность, прегравидарная подготовка

Охрана здоровья матерей, новорожденных и детей входит в цели тысячелетия в области развития Организации объединенных наций. Ключевым в достижении этой цели является предоставление возможности женщине реализовать свои права на рождение здорового ребенка. Нельзя переоценить важность этой задачи на государственном уровне, так как патология беременности ведет как к невынашиванию (демографические потери на уровне страны), так и к инвалидизации женщины и ребенка (повышение доли бюджетных затрат на обеспечение инвалидов, в том числе детей-инвалидов, от которых отказываются матери).

То, каким будет состояние репродуктивного здоровья молодой женщины, во многом зависит от нее самой. Реализовать свое право на рождение здорового ребенка женщина может только при условии своего активного участия в подготовке к беременности (прегравидарная подготовка). Важно также устранение социального неравенства, связанного с доступом к информации о том, как поддерживать свое здоровье [Здоровье-2020, 2013]. Однако главным препятствием на этом пути остается недостаточная и неадекватная социальная стратегия по репродуктивному здоровью населения, что связано с отставанием в применении методов социальной инженерии, отвечающих современным тенденциям и возможностям. Например, к востребованным в современном обществе методам социального взаимодействия и влияния относятся мобильные приложения с функцией дополненной реальности, алгоритмы искусственного интеллекта «вопрос-ответ», аналитика Больших данных, и др.

О важности цифровых технологий в выполнении задачи по охране материнства и детства было сказано на Конгрессе «ИТ в медицине» [Зарубина, 2018]. Снижение материнской и младенческой смертности обозначили как суперзадачу в рамках создания цифрового контура российского здравоохранения. Профиль «Акушерство и неонатология» цифрового контура здравоохранения России будет выполнять следующие функции: мониторинг и контроль оказываемой медпомощи беременным, оптимизацию маршрутизации беременных, мониторинг ресурсного обеспечения, образование и научные исследования. В перечень этих функций госполитики следует добавить социальное воздействие на женщин репродуктивного возраста. Современные цифровые технологии призваны создавать поддерживающую среду для человека, при этом необходимо подчеркнуть, что без внедрения социальной инженерии эти поддерживающие меры будут недостаточными и несистемными.

Роль социологического подхода к вопросам общественного здоровья была показана в Таллинской хартии «Системы здравоохранения для здоровья и благосостояния» [Системы здравоохранения..., 2008]. В документе говорится о формировании набора ценностей, то есть общественной культуры поведения в интересах здоровья, где активное участие человека и общая солидарность играют определяющую успех роль. Общественные ценности — социально одобряемые в обществе представления о каком-то предмете — распространяются через институт культуры и социализации [Решетников, 2004]. В сфере культуры и социализации нужно оказывать влияние на такие негативные явления, как отсутствие контрацепции и незащищенный секс, аборт (причина материнской смертности в 30% случаев, по данным ВОЗ), неправильное питание, ожирение, анорексия, авитаминоз и дефицит железа (железодефицитная анемия), гиподинамия, курение (а также алкоголизм и наркомания) и др.

Социальные факторы остаются определяющими среди причин младенческой смертности. Самый высокий риск смерти детей приходится на возраст до 28 дней жизни (недоношенность, низкая масса тела, инфекции, врожденные пороки и др.); неонатальная смертность в основном связана со здоровьем матери [Здоровье-2020, 2013]. Забота о развитии ребенка, начиная с прегравидарной подготовки, признана самой действенной государственной мерой для снижения бремени хронических болезней населения. Суть этой заботы заключена в проведении информационно-разъяснительных работ, в обеспечении коммуникации и социальной мобилизации в интересах здоровья женщины.

Социальная изолированность, отсутствие обмена информацией между людьми удваивают показатели заболеваемости и смертности; бездетность и одиночество ведут к психологическим страданиям людей, осложняя здоровье населения курением, алкоголизмом и наркоманией [Davies, 2018]. Одним из технологических трендов социального воздействия на здоровье на популяционном уровне является мобильное приложение (smartphone app). Мобильное приложение может в игровой и ориентированной на конкретную социальную группу форме информировать, показывать маршруты пошаговых действий, создавать сценарии для типичных или индивидуальных ситуаций. Дополненная реальность (Augmented Reality) усиливает воздействие сценария мобильного приложения. С 2018 г. согласно Кривой Гартнера (Gartner Hype Cycle), дополненная реальность вышла на завершающий этап «созревания» на рынке

и получит широкое распространение через пять лет<sup>1</sup>. Разработку мобильного приложения вместе с дополненной реальностью можно назвать востребованной временем мерой для осуществления задач социальной инженерии и охраны материнства и детства.

Среди проблем, которые гинекологи относят к преимущественно социальным, можно выделить профилактику анемии и авитаминоза [Ших, 2019]. Железодефицитная анемия у беременных встречается в 9 случаях из 10; как следствие анемии у матери гипотрофия плода встречается в 25 %, а гипоксия плода — в 35 % случаев [Ших, 2006]. Дефицит фолиевой кислоты (витамин В9) у россиян распространен до 100 % случаев; для плода фолиевая кислота важна на самом раннем сроке развития, когда женщина может еще не знать о беременности; как следствие дефицита фолиевой кислоты у матери, у плода происходит недоразвитие структур нервной системы, а также высок риск преждевременного прерывания беременности [Ших, Махова, 2013]. В России ежегодно погибают до 300 новорожденных, имеющих дефект нервной трубки из-за дефицита фолиевой кислоты у матери во время беременности [Ших, Махова, 2013].

Информирование женщин репродуктивного возраста о необходимости профилактически принимать фолиевую кислоту и регулярно проводить анализ крови для выявления анемии должно быть повсеместным и постоянным. Именно такой режим информирования возможен благодаря мобильному приложению с дополненной реальностью, которое в игровой форме будет привлекать внимание пользовательницы. Приложение может предоставлять женщине необходимые знания о тактике действий и приеме препаратов, формировать для нее маршрут действий и посещения врачей, строить индивидуальный сценарий подготовки к беременности и ведения беременности.

К другим не менее важным темам мобильных приложений для беременных можно отнести предотвращение случаев неонатальной смерти. Так называемые «факторы, поддающиеся изменению» или «модель трех задержек» обращения за квалифицированной медпомощью преимущественно включают проблемы неинформированности беременной и ее семьи о правильной тактике действий [Важен каждый ребенок, 2016]. Задержка 1 — беременная и ее семья не знали о значении признаков, свидетельствующих о проблемах в период беременности или у новорожденного, и не обратились к врачу, что привело к смерти ребенка.

<sup>1</sup> См. <https://www.gartner.com/SmarterWithGartner>.

Задержка 2 — беременная и ее семья не имели возможности вовремя получить консультацию или не знали, куда обратиться. Задержка 3 — медицинская помощь оказана некачественно или не оказана. То есть две трети причин смерти новорожденного из тех, которые можно исправить (кроме причин смерти из-за неизлечимой патологии), связаны не с деятельностью медицинского учреждения, а с неинформированностью и поведением беременной и ее социального окружения. Эти проблемы может решить специально созданное социальное мобильное приложение.

Мобильные приложения признаны ВОЗ эффективной технологией для снижения материнской и детской смертности [A practical guide..., 2015]. В отличие от приложений мобильной медицины (mHealth), когда пациентка получает консультации врачей, социальные мобильные приложения лишь осуществляют профилактическую информационную функцию. В сфере акушерства и гинекологии такие социальные мобильные приложения, усиленные дополненной реальностью, потенциально имеют эффективность в профилактике смертности, равную по силе медицинским мобильным приложениям. Для практической реализации социального мобильного приложения разработан проект «ЯМамаКвест».

### Список литературы

1. Важен каждый ребенок. Аудит и анализ случаев мертворождения и неонатальной смерти / Всемирная организация здравоохранения. Женева, Швейцария, 2016 г. 151 с.
2. Зарубина Т. В. Пленарный доклад «Единая государственная информационная система в сфере здравоохранения. Состояние, проблемы и перспективы» / Конгресс «ИТ в медицине». Москва, октябрь, 2018 г. URL: <https://itmcongress.ru/itm2018/agenda/> (дата обращения: 11.03.2019).
3. Здоровье-2020: основы европейской политики и стратегия для XXI века / Всемирная организация здравоохранения. Париж, Франция, 2013 г. 232 с.
4. Решетников А. В. Социологическая теория общества и личности // Социология медицины. 2004. № 1. С. 3—15.
5. Системы здравоохранения — здоровье — благосостояние: Европейская министерская конференция ВОЗ по системам здравоохранения. Таллинн, Эстония, 25—27 июня 2008 г. / Отчет. Копенгаген, Европейское региональное бюро ВОЗ, 2009. URL: [http://www.euro.who.int/\\_\\_data/assets/pdf\\_file/0003/78951/E92150R.pdf](http://www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0003/78951/E92150R.pdf) (дата обращения: 11.03.2019).

6. Ших Е. В. Новое о фолатах. Особенности новых форм фолатов — позиция клинического фармаколога, доклад / I научно-практическая конференция «Коморбидность в амбулаторно-поликлинической практике врача», 15—16 февраля 2019 г., Москва.
7. Ших Е. В. Рациональная витаминотерапия беременных // Русский медицинский журнал. 2006. № 1. С. URL: [https://www.rmj.ru/articles/obshchie-stati/Racionalnaya\\_vitaminoterapiya\\_beremennyh/](https://www.rmj.ru/articles/obshchie-stati/Racionalnaya_vitaminoterapiya_beremennyh/) (дата обращения: 11.03.2019).
8. Ших Е. В., Махова А. А. Преимущества проведения коррекции фолатного статуса с использованием витаминно-минерального комплекса, содержащего метафолин // Трудный пациент. 2013. Сентябрь. URL: <http://t-pacient.ru/tag/фолиевая-кислота/> (дата обращения: 11.03.2019).
9. A practical guide for engaging with mobile operators in mHealth for reproductive, maternal, newborn and child health / World Health Organization. 2015. 36 p.
10. Davies S. C. Annual Report of the Chief Medical Officer, 2018. Health 2040 — Better Health Within Reach / Ed. by J. Pearson-Stuttard & O. Murphy. UK Department of Health and Social Care. Crown Copyright. December 2018. P. 280. URL: <https://www.gov.uk/government/organisations/department-of-health-and-social-care> (дата обращения: 11.03.2019).

## Е. В. Кочкина

# УДАЕТСЯ ЛИ ГОСУДАРСТВУ ПОМОЧЬ МОЛОДЫМ МАМОЧКАМ ВЕРНУТЬСЯ ИЗ ДЕКРЕТА НА ПЕРСПЕКТИВНЫЕ СЕГМЕНТЫ РЫНКА ТРУДА?

КОЧКИНА Елена Викторовна — старший научный сотрудник, Институт социально-экономических проблем народонаселения РАН, Москва, Россия

E-MAIL: ekochkina@list.ru

**Аннотация.** В соответствии с рядом Указов Президента и Постановления Правительства России во всех регионах с 2015 г. должно проводиться обучение женщин в период отпуска по уходу за ребенком, а также должны предоставляться услуги по присмотру и уходу за детьми в возрасте до трех лет. Однако основной проблемой этих региональных программ является низкий охват целевой группы — он составляет 0,5%—1% от женщин, имеющих детей в возрасте до трех лет по региону. При этом выделенные бюджетные средства не всегда используются, так как эти программы «недружественны» по отношению к образу и ритму жизни матерей с малышами на руках.

**Ключевые слова:** женщины, матери, дети до трех лет, переобучение, занятость женщин, репродуктивный возраст, ясельные группы

**Социально-экономическая проблема.** Почти 7,5 млн детей дошкольного возраста посещают дошкольные образовательные учреждения (ДОУ), что обеспечивает охват лишь для 635 (2016 г.) из 1000. Это означает, что 365 детей не имеют возможность, либо родители не хотят отдавать их в детский сад и ясли. При этом большая часть детей в детских садах — это дети в возрасте после трех лет (6,4 млн детей), и лишь 1,1 млн детей — ясельного возраста [Данные Росстат..., 2017]. Численность воспитанников в ДОУ представлена в таблице 1.

Таблица 1

Год	Всего воспитанников	В том числе в возрасте, лет (число полных лет на 01.01 2018)							
		До 1 года	1	2	3	4	5	6	7 и старше
2017	7 477 932	2 182	151 119	937 954	1 526 582	1 620 003	1 648 440	1 454 158	137 494

Источник: Росстат. Дошкольное образование. Форма № 85-К за 2017 г.

Очередь в детские сады учитывает и отражает только детей в возрасте после трех лет. Таким образом, доступ к сфере дошкольного образования в России не обеспечен для всех нуждающихся дошкольников, несмотря на то, что в России действует 52,3 тыс. организаций, в которых оказываются услуги по присмотру и уходу за дошкольниками и ведется образовательная деятельность.

В России после рождения ребенка риск незанятости для женщины увеличивается. Значительная доля женщин маленькими детьми после возвращения на работу оказываются в менее выгодных условиях по сравнению с бездетными [Калабихина и др., 2016]. Чем длительнее перерыв в занятости, тем больше вероятность возникновения проблем с трудоустройством. Проблема возвращения на рынок труда после декретного отпуска связана как с частичной утратой профессиональных навыков, так и с отставанием в навыках работы с новыми технологическими программами. Женщины репродуктивного возраста и особенно женщины с детьми сталкиваются с различными барьерами в трудоустройстве.

### **Нормативная правовая регламентация**

В соответствии с федеральным законом Российской Федерации «О занятости населения в Российской Федерации», ст. 23, п. 1.1. и постановлениями региональных органов власти, а также в соответствии с Распоряжением заместителя председателя Правительства РФ О. Ю. Голодец от 5 марта 2018 г. № 1749п-П12 «План мероприятий по содействию занятости лиц, находящихся в отпуске по уходу за ребенком на 2018—2020 годы», во всех регионах *должно* проводиться обучение женщин в период отпуска по уходу за ребенком и осуществляться предоставление услуг по присмотру и уходу за детьми в возрасте до трех лет. С мая 2018 г. регионы работают над выполнением поручения п. 3.6 Указа Президента РФ № 204 от 07.05.2018 «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» и должны обеспечить 100% доступность ДОО и обеспечить молодым мамочкам возвращение из декрета на рынок труда. Эта проблема включена и в паспорт п. 3.2. Национального проекта «Демография», утвержденного президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 3 сентября 2018 г. № 10)<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Национальный проект «Демография», утвержденный президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам. URL: <https://rosmintrud.ru/ministry/programms/demography> (дата обращения: 11.03.2019).

## **Оценка эффективности региональных программ**

Пользуясь указанными выше региональными социальными программами, молодые мамы должны получить возможность в период декретного отпуска повысить свою квалификацию, обучиться новой профессии (если профессия женщины в настоящий момент не пользуется востребованностью среди работодателей), усовершенствовать ранее полученные знания по имеющейся специальности. Обучение предусмотрено по очной и очно-заочной (вечерней) форме обучения. Согласно составленным планам программы обучения не превышает 6 месяцев.

Обучение женщин в период отпуска по уходу за ребенком, осуществляемого в рамках выполнения государственного задания, проводится по различным направлениям, например, в Москве, утвержденным 17 января 2013 г. Правительством Москвы принято постановление «Об утверждении Порядка направления органами службы занятости населения города Москвы женщин, в период отпуска по уходу за ребенком до достижения им возраста трех лет, на профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации».

## **Низкий охват программ профессионального обучения женщин с детьми до трех лет**

Основной проблемой этих региональных программ является низкий охват целевой группы. Он составляет менее 0,5% от женщин, имеющих детей в возрасте до трех лет. С момента появления программ профессионального обучения ежегодно обучение проходят от 700 до 900 мам с детьми в возрасте до трех лет, и попасть на такие программы крайне сложно: при 1,3 млн новорожденных и 3,9 млн матерей, имеющих детей в возрасте до трех лет в Москве, и при объеме региональной программы в 1 тыс. обученных женщин охват составляет 0,77%).

Вторая проблема — это недружественный формат предлагаемых регионами программ переобучения. Программы не учитывают семейные и личные обстоятельства жизни матерей, которые не могут обеспечить уход за детьми на период обучения. Программы не включают предоставления услуги по кратковременному присмотру и уходу за детьми на те часы и дни, когда матери отвлекаются на обучение (эти группы присмотра должны организовываться непосредственно в месте обучения и в графике обучения).

## **Недоступность бюджетных мест в ясельных группах для семей без постоянной регистрации в регионе проживания**

Третья проблема касается ясельных групп. Согласно исследованиям АНО «Совет по вопросам управления и развития» [Савинская и др., 2013], в крупнейших городах России наиболее остро стоит проблема доступа к яслям. Эксперты поясняют, что проблема яслей в крупных городах обостряется сразу несколькими факторами. Во-первых, строительство новых детских садов было затруднено в связи с высокой плотностью застройки, и в старых районах программа повышения доступности ДОУ для детей трех лет и старше решалась как раз за счет расформирования ясельных групп. Во-вторых, в крупных городах высока доля населения, в том числе семей с детьми, которые не имеют постоянной регистрации по месту проживания. Ребенок без постоянной регистрации не может быть устроен в ДОУ из другого региона. В-третьих, стоимость услуг коммерческих ДОУ слишком высока. Предоставление подобных социальных услуг будет целесообразно включить в план мониторинга и оценки всей программы переобучения этой категории женщин с детьми.

### **Предложения**

Предлагаемые меры для повышения эффективности реализации программы по опережающему содействию занятости для женщин, находящихся в отпуске по уходу за ребенком в возрасте до трех лет, и увеличения числа женщин с детьми до трех лет — участниц программы:

- создание федеральной программы совместного с регионами финансирования с достаточными бюджетными средствами (на базе одного из агентств развития) с участием бизнеса, СОНКО;
- создание ресурсного центра СОНКО по поддержке региональных СОНКО, оказывающих уход и присмотр за детьми в возрасте до трех лет (драйвером программы может стать ресурсный центр);
- разработка программы ГПЧ с привлечением частного финансирования в сферу открытия ясельных групп;
- обеспечение субсидиями коммерческих структур, предоставляющих услуги по присмотру и уходу за детьми ясельного возраста;
- разработка нормативно-правового обеспечения для именованного сертификата на получение бесплатных услуг по присмотру и уходу за детьми в возрасте до трех лет для ребенка на территории любого региона Российской Федерации с финансовым покрытием из средств федерального бюджета.

## Список литературы

1. Данные Росстат. Дошкольное образование. Форма № 85-К за 2017 год. URL: [http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/obraz/doshkol-obr.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/obraz/doshkol-obr.htm) (дата обращения: 11.03.2019).
2. Содействие профессиональной занятости женщин с маленькими детьми / Калабихина И. Е., Бирюкова С. С., Макаренцева А. О., Смулянская Н. С. ; науч ред. И. Е. Калабихина ; АНО «Совет по вопросам управления и развития», 2016 г. 161 с. URL: [http://www.anosovet.ru/static\\_contents/19-women-at-work?locale=ru](http://www.anosovet.ru/static_contents/19-women-at-work?locale=ru) (дата обращения: 11.03.2019).
3. Негосударственное дошкольное образование в России: оценка программ господдержки, правового регулирования и перспектив развития / О. Б. Савинская, Е. А. Баллаева, А. Б. Цимбаленко, Е. В. Кочкина ; под общ. ред. О. Б. Савинской ; АНО «Совет по вопросам управления и развития». М. : Деловые и юридические услуги «Лекспраксис», 2013. 187 с.
4. Исследование: детские сады в РФ недоступны для 35% детей // ТАСС. 21 марта 2017 г. URL: <https://tass.ru/obschestvo/4114004> (дата обращения: 11.03.2019).

**А. Ю. Фодоря, Г. В. Заярская, К. Н. Ермошкин**

## **ОЦЕНКА УРОВНЯ СООТВЕТСТВИЯ ДЕТСКИХ ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫХ ЛАГЕРЕЙ РЕГИОНОВ РФ ТРЕБОВАНИЯМ МОСКОВСКОГО СТАНДАРТА ДЕТСКОГО ОТДЫХА**

*ФОДОРИЯ Анна Юрьевна — кандидат социологических наук, доцент, аналитик Отдела аналитики и статистики ГАУК «МОСГОРТУР», Москва, Россия*

*E-MAIL: afodorja@mosgortur.ru*

*ORCID: 0000-0002-8703-4347*

*ЗАЯРСКАЯ Галина Владимировна — кандидат педагогических наук, аналитик Отдела аналитики и статистики ГАУК «МОСГОРТУР», Москва, Россия*

*E-MAIL: gzayarskaya@mosgortur.ru*

*ORCID: 0000-0003-4060-5680*

*ЕРМОШКИН Константин Николаевич — аналитик Отдела специальных межмузейных проектов Управления музейно-туристического развития ГАУК «МОСГОРТУР», Москва, Россия*

*E-MAIL: kermoshkin@mosgortur.ru*

**Аннотация:** в статье кратко изложены этапы и процедура социологического исследования уровня соответствия региональных детских лагерей положениям Московского стандарта детского отдыха, разработанного Государственным автономным учреждением культуры города Москвы «Московское агентство организации отдыха и туризма». Представлены ключевые смыслы обновленной версии Стандарта 2.0. Авторы делятся опытом по дальнейшему совершенствованию Московского стандарта детского отдыха, сложившегося на протяжении последних лет.

**Ключевые слова:** Московское агентство организации отдыха и туризма (ГАУК «МОСГОРТУР»), Институт Инноваций Инфраструктуры и Инвестиций, детские оздоровительные лагеря, регионы и субъекты Российской Федерации, Московский стандарт детского отдыха.

Московский стандарт детского отдыха является одним из основных документов при подготовке и организации отдыха и оздоровления детей

г. Москвы, находящихся в трудной жизненной ситуации<sup>1</sup>. Его актуализация и усовершенствование с привлечением представителей общественности, экспертов в сфере детского отдыха и руководителей детских оздоровительных лагерей позволит повысить качество услуг по организации отдыха и оздоровления детей, а также может положить начало добровольной сертификации детских оздоровительных лагерей и созданию объективного рейтинга лагерей [Ермошкин, 2017; Мартынова, Митрейкина, 2017; Наумов, Ермошкин, 2017; Наумов, Заярская, Фодоря, 2017; Наумов, Заярская, Фодоря, 2018]. В 2017 г. Государственное автономное учреждение культуры города Москвы «Московское агентство организации отдыха и туризма» начало работу по актуализации Московского стандарта детского отдыха и утверждению его новой версии [Мартынова, Митрейкина, 2017]. Новый стандарт детского отдыха разрабатывается с участием экспертов и с учетом социологического исследования. Для доработки Стандарта сотрудники ГАУК «МОСГОРТУР» совместно с Институтом инновации, инфраструктуры и инвестиций провели в сентябре 2018 г. масштабное социологическое исследование по изучению деятельности, инфраструктуры и программ детских оздоровительных лагерей, расположенных на территории Российской Федерации, с использованием массового опроса в электронном виде<sup>2</sup>.

Цель проведенного социологического исследования — оценка уровня соответствия существующей практики организации детского отдыха в детских оздоровительных лагерях текущим требованиям Московского стандарта детского отдыха (далее — Стандарт), а также выявление положений документа, нуждающихся в доработке, и обоснование необходимости их корректировки или исключения из редакции Стандарта. Изучались параметры, отражающие требования, заложенные в Стандарте, а также те аспекты и условия организации детского отдыха, которые в настоящее время Стандартом не описываются, но могут быть учтены в будущем.

В рамках настоящего исследования были решены следующие задачи:

- определены фактические параметры организации детского отдыха в детских оздоровительных лагерях;
- проведена оценка уровня соответствия фактических условий и практик организации детского отдыха в детских оздоровительных лагерях по отдельным требованиям Стандарта, а также осуществ-

<sup>1</sup> Московский стандарт. URL: <https://crowd.mos.ru/> (дата обращения: 26.02.2019).

<sup>2</sup> Массовый опрос «Московский стандарт детского отдыха. Региональная практика применения», 25.09.2018.

влена агрегированная оценка по ключевым параметрам организации детского отдыха;

- выявлены особенности выполнения требований Стандарта в зависимости от региональной локализации, профиля реализуемых программ, сезонности функционирования и других характеристик лагеря;
- установлены ключевые драйверы реализации Стандарта — те его требования, которые реализуются большинством детских оздоровительных лагерей, и ограничения — положения, которые не выполняются или выполняются крайне редко;
- определены требования Стандарта, которые могут быть скорректированы, дополнены или исключены из документа;
- выявлены особенности организации детского отдыха в детских оздоровительных лагерях по дополнительным параметрам, не учтенным Стандартом;
- сформированы предложения и рекомендации по дополнению Стандарта в соответствии с текущими особенностями организации детского отдыха в детских оздоровительных лагерях;
- предложена новая редакция Стандарта с учетом возможностей детских оздоровительных лагерей и распространенной практики организации детского отдыха.

Основной процедурой сбора данных стал формализованный экспертный опрос по целевой выборке, который проведен в виде электронного анкетирования на платформе [www.surveymonkey.com](http://www.surveymonkey.com). Инструментарий разработан на основе положений текущей редакции Стандарта.

В период проведения настоящего социологического исследования — с 7 по 25 сентября 2018 г. — собрано 192 анкеты, из которых полностью заполнены 108 анкет (56 %), уникальных — 100 (44 %). В выборочную совокупность массового опроса «Московский стандарт детского отдыха. Региональная практика применения» вошли 100 детских оздоровительных лагерей, расположенных в 19 целевых регионах.

В итоге были сформированы следующие региональные группы:

- Республика Крым (31 % генеральной совокупности, 16 лагерей);
- Владимирская область (30 % генеральной совокупности, 8 лагерей);
- Краснодарский край (15 % генеральной совокупности, 22 лагеря);
- Курская область (17 % генеральной совокупности, 5 лагерей);
- Московская область (16 % генеральной совокупности, 16 лагерей);
- остальные регионы — кластерная группа, объединившая другие недостаточно представленные регионы.

Выборка респондентов для проведения анализа соответствия организации детского отдыха в детских оздоровительных лагерях требованиям Стандарта представлена лагерями, существенно дифференцированными по профилю программ, сезонности функционирования и территориальной локализации. В выборке слабо представлено региональное разнообразие — основная часть исследуемых объектов расположена в трех субъектах Российской Федерации.

Разработанная методология проекта предполагала реализацию шести этапов исследования:

1. количественный анализ данных;
2. пространственный анализ данных;
3. оценка соответствия детских оздоровительных лагерей требованиям Стандарта;
4. оценка уровня выполнения требований Стандарта детскими оздоровительными лагерями в целом;
5. кластерный анализ данных;
6. разработка рекомендаций.

В основу оценки соответствия требованиям Стандарта положены следующие принципы:

- учет исключительно обязательных для детского оздоровительного лагеря положений Стандарта, не носящих рекомендательный характер;
- использование трехуровневой системы оценки соответствия требованиям Стандарта, состоящей из 128 требований, 25 критериев и 11 параметров;
- установление равных весов для каждого критерия при проведении интегральной оценки соответствия требованиям Стандарта.

Для получения обобщенной оценки соответствия организации отдыха детей в детском оздоровительном лагере требованиям Стандарта по отдельному параметру суммировались нормированные оценки соответствия лагеря требованию Стандарта по соответствующим критериям. При анализе распределения лагерей по уровню соответствия критериям и параметрам Стандарта были сформированы четыре группы лагерей по уровню полученных оценок (см. таблицу 1).

**Таблица 1. Типологизация лагерей по уровню соответствия критериям и параметрам Московского стандарта детского отдыха**

Группа	Уровень соответствия критерию, параметру Стандарта	Нормированная оценка критерия/параметра
<b>1 группа</b>	Полностью соответствует	=100%
<b>2 группа</b>	Соответствует более, чем на 50 %	≥50% — <100%
<b>3 группа</b>	Соответствует менее, чем на 50 %	≥50% — <0%
<b>4 группа</b>	Не соответствует	0

Интегральная оценка соответствия требованиям Стандарта определялась как сумма оценок по всем параметрам. В рамках анализа распределения лагерей по уровню соответствия всем требованиям Стандарта на основе нормированной интегральной оценки были сформированы шесть групп лагерей (см. таблицу 2).

**Таблица 2. Типологизация лагерей по уровню соответствия Московскому стандарту детского отдыха**

Группа	Уровень соответствия всем требованиям Стандарта	Нормированная интегральная оценка
<b>1 группа</b>	Полностью соответствует	=100%
<b>2 группа</b>	Соответствует более чем на три четверти	≥75% — <100%
<b>3 группа</b>	Соответствует более чем наполовину	≥50% — <75%
<b>4 группа</b>	Соответствует менее чем наполовину	≥25% — <50%
<b>5 группа</b>	Соответствует менее чем на четверть	>0% — <25%
<b>6 группа</b>	Полностью не соответствует	0

В ходе выборочного исследования не было выявлено ни одного лагеря, полностью соответствующего или не удовлетворяющего требованиям Стандарта. Диапазон интегральных оценок соответствия варьировался от 36% до 78%. 70% лагерей соответствуют требованиям Стандарта на 50% и более. Наибольшая доля лагерей, соответствующих требованиям Стандарта, сосредоточена в Краснодарском крае, Московской области и Республике Крым.

Анализ особенностей организации работы детских оздоровительных лагерей позволил сформировать пакет из 88 новых требований в рамках 14 параметров. Часть предложенных требований стала дополнением к определенным в представленном исследовании параметрам и критериям организации детского отдыха. Другая часть требований предполагает включение в Стандарт новых параметров, таких как медицинские услуги, коммуникации, доступная среда.

### Список литературы

1. Ермошкин К. Н. Методика оценки удовлетворенности детским отдыхом (из опыта ГАУК «МОСГОРТУР») // Детский отдых 2017: Сборник материалов по итогам XI Международного конгресса лагерей и III Международной конференции «Индустрия детского полезного развивающего отдыха» (КИДПРО-2017) (9—13 октября 2017 г.) / под общ. ред. Е. С. Митрейкиной, Г. В. Заярской, А. Ю. Фодоря. М. : Издательско-торговый Дом «ПЕРСПЕКТИВА», 2017. С. 145—153.
2. Мартынова Е. В., Митрейкина И. В. Московский стандарт детского отдыха // Детский отдых 2017: Сборник материалов по итогам XI Международного конгресса лагерей и III Международной конференции «Индустрия детского полезного развивающего отдыха» (КИДПРО-2017) (9—13 октября 2017 г.) / под общ. ред. Е. С. Митрейкиной, Г. В. Заярской, А. Ю. Фодоря. М. : ПЕРСПЕКТИВА, 2017. С. 78—83.
3. Материалы Всероссийского форума организаторов детского отдыха по вопросам дополнительного образования детей в организациях отдыха детей и их оздоровления, 27—28 октября 2016 г., Ялта, ФГАОУ ВО «Российский университет дружбы народов». СПб. : НИЦ АРТ, 2016. 256 с.
4. Наумов К. В., Ермошкин К. Н. Исследование ожиданий родителей от инфраструктуры детского лагеря // Детский отдых в России: перспективы развития : Сборник тезисов и докладов выступлений по итогам II Международной конференции «Индустрия детского полезного развивающего отдыха (КИДПРО)», Москва, 18—19 ноября 2016 г. Выпуск 1 / ред.: Заярская Г. В., Фодоря А. Ю. М. : Издательско-торговый Дом «ПЕРСПЕКТИВА», 2017. С. 71—77.
5. Наумов К. В., Заярская Г. В., Фодоря А. Ю. Основные направления научной деятельности ГАУК «МОСГОРТУР» в контексте государственной политики в сфере детского отдыха и оздоровления // Детский отдых 2017 : Сборник материалов по итогам XI Международного конгресса лагерей и III Международной конференции «Индустрия детского полезного раз-

вивающего отдыха» (КИДПРО-2017) (9—13 октября 2017 г.) / под общ. ред. Е. С. Митрейкиной, Г. В. Заярской, А. Ю. Фодоря. М. : Издательско-торговый Дом «ПЕРСПЕКТИВА», 2017. С. 178—186.

6. Наумов К. В., Заярская Г. В., Фодоря А. Ю. Основные направления научной деятельности социолога в сфере детского отдыха и оздоровления (Из опыта ГАУК «МОСГОРТУР») // Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии» / отв. ред. А. В. Кулешова. 2018. С. 458—463.

**М. В. Артамонова**

## **ПРАКТИКА ВЫРАЩИВАНИЯ ИНСТИТУТОВ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ЛОВУШКИ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ СТАНДАРТОВ**

*АРТАМОНОВА Марина Васильевна — кандидат социологических наук, аналитик Центра развития социологического образования Департамента социологии ФСН, НИУ ВШЭ, Москва, Россия*

*E-MAIL: martamonova@hse.ru*

*ORCID: 0000-0002-1578-4077*

**Аннотация.** Статья посвящена анализу рисков ориентации высшей школы РФ на профессиональные стандарты рынка труда. Опыт взаимодействия индустрии социологических исследований и образовательных организаций по продвижению проекта профессионального стандарта для социологов лежит в основе исследования. В РФ формируется новый институт, который посредством стандартизации профессий и функции контроля системы образования с позиций соответствия требованиям профессиональных рынков призван решить проблему. Насколько он эффективен? Каковы риски, что модель при реализации приведет к институциональной ловушке?

Разрешить основное противоречие между рынком труда и системой высшего образования — невозможность подготовки выпускников вузов, полностью удовлетворяющих требованиям работодателей, — невыполнимо в рамках существующих общественных институтов управления и контроля качества образования. Формирование национальной системы профессиональных квалификаций и выстраивание (выращивание) нового института подстройки образовательной системы, ориентации на конкретных работодателей и их ассоциации через механизм ориентации образовательных программ вузов на профессиональные стандарты не разрешит противоречия, приведет к усилению дифференциации вузов и глубинному разрушению системы высшей школы РФ.

**Ключевые слова:** индустрия социологических исследований, подготовка кадров, направление социология, высшее образование РФ, институциональная ловушка, профессиональный стандарт, национальная система квалификаций, советы профессиональных квалификаций

Проблема подготовки кадров для индустрии социологических исследований по-прежнему актуальна. В настоящее время подготовка осуществляется в вузах РФ по образовательным программам бакалавриата и магистратуры, СПО по направлению социологии не предусмотрено.

В РФ формируется новый институт, который посредством стандартизации профессий и функции контроля системы образования с позиций соответствия требованиям профессиональных рынков призван решить проблему подготовки выпускников с навыками практической профессиональной деятельности.

Формирование национальной системы профессиональных квалификаций и выстраивание нового института подстройки образовательной системы, ориентации на конкретных работодателей и их ассоциации через механизм ориентации образовательных программ вузов на профессиональные стандарты не разрешит противоречия, приведет к усилению дифференциации вузов и глубинному разрушению системы высшей школы. В этом, собственно, и состоит гипотеза нашего исследования.

На протяжении как минимум пяти лет длится перманентный процесс согласования и попыток утвердить проект профессионального стандарта для регламентации деятельности социологов. То есть вводится документ обозначения границ профессии по исследованию общества и текущей социальной реальности, в качестве наименования профессии «социолог», а в конкретном названии проекта профессионального стандарта — «Социолог: специалист по организации и проведению социологических и маркетинговых исследований» (далее «Социолог») [Артамонова, Оберемко, 2015].

Для любого впервые вовлекающегося в этот процесс проблема представляется простой и легко разрешимой. Однако первый же шаг по определению, «что такое социология как профессия и кто такой, следовательно, социолог», оставляет вовлеченного в состоянии удивленного недоумения. Поскольку оказывается, что объектная и предметная база профессии так широка, что сущностное определение можно дать только через методы, а именно социолог — это исследователь, который использует для изучения социальной реальности социологические методы. И в этом смысле если удастся доказать, обозначить в профессиональном стандарте, что проведение социологических исследований есть профессиональная привилегия исключительно сертифицированных (и дипломированных) социологов, рынок услуг исследования станет исключительно работой социологов.

Разнокалиберность и разобщенность профессионального сообщества никак не позволяет осознать эту несложную мысль и объединиться в защите групповых, профессиональных интересов. Вместо захвата рыночного поля через утверждение профессиональных стандартов и стандартов исследования — экономический шантаж, демпинг, междоусобные битвы за проекты и заказы. А между тем национальная квалификационная система (логически взаимосвязанной иерархии профессиональных стандартов) развивается, усложняется, обрастает новыми организациями, правилами, институтами. И то, что четыре-пять лет назад можно было сделать вузу и/или компании в заявительном порядке, сейчас уже требует совместных согласованных усилий и финансовых вложений многих организаций.

Соответственно, трата ресурсов требует обоснований и оценки эффективности, что, в свою очередь, заставляет провести предварительный (пилотный) социологический анализ ситуации. Для этого попробуем перевести ситуацию в плоскость исследовательской проблемы.

Проанализировать этот процесс с позиций исследователя (включенного наблюдателя) и постановки исследовательской задачи (наблюдение практики «выращивания» институтов) поможет обращение к министерским документам (анализ документов и сравнительно-исторический анализ), а также опыт четырех лет продвижения проекта профессионального стандарта.

В рамках исследования мы рассматриваем процесс утверждения профессионального стандарта «Социолога» как инструмент анализа возможности продвигать интересы профессиональной группы в новом институциональном поле; как типичный процесс типичной группы.

Выявим участников процесса, их интересы и противоречия, благополучателей и возможные результаты. В контексте исследовательской проблемы это инструмент взаимодействия и обеспечения социального согласия государства и общества; новых технологий ускользающей реальности (рынок) и целей образования, способов производства знаний, востребованных рынком на момент выпуска (вузы).

Почему профессиональный стандарт — связующее звено названных институтов? Потому что оценку качества образовательных программ планируется проводить по образовательным стандартам (ФГОС 3++) на основе их соответствия профессиональным стандартам [ФГОС 3++, 2017].

Кому и зачем нужен профессиональный стандарт вообще и, в частности, стандарт социолога?

Прежде чем ответить на столь конкретный вопрос, уточним определение операционных понятий, в рамках которых может быть достигнуто согласие и понимание всех участников процесса.

Агенты и акторы:

1) рынок индустрии исследований (крупный и не очень крупный; столичный и региональный; «фабричный» и специфичный);

2) университеты и вузы (столичные и региональные; классические с гуманитарными и социальными факультетами и выпускающими социологов кафедрами и технические вузы с общими гуманитарными социально-экономическими кафедрами);

3) МОН и Рособrnадзор как представители государственных и/или общественных интересов в части управления целями образования (проведения образовательной политики) и контроля соблюдения качества образования;

4) институциональные новообразования: система посредников.

Попробуем разобраться в текущем состоянии.

1) Рынок индустрии. В настоящий момент ситуация складывается неоднозначно. С одной стороны, выстраивается государственный порядок в области профессиональных рынков и национальных профессиональных квалификаций. Согласно закону ФЗ «О независимой оценке квалификации» [Федеральный закон..., 2016], сертификация сотрудников на подтверждение квалификации на соответствие профессиональным стандартам — дело сугубо добровольное. Работодатели и работники могут добровольно проводить оценку квалификации. Декларация целей процедуры — защита интересов работников, во-первых; во-вторых, защита потребителя от недобросовестных (неквалифицированных) поставщиков товаров и услуг. Но есть что-то странное истораживающее в этой вертикали: при проведении государственных закупок, однако же, отдавать преимущество будут компаниям, которые привели квалификацию сотрудников в соответствие с современными требованиями, и, следовательно, прохождение квалификационной аттестации сотрудников обязательно для участия в государственных тендерах [Внедрение профстандартов..., 2016].

Таким образом, добровольность становится номинативной: сотрудники государственных компаний в обязательном порядке проходят процедуры аттестации на соответствие квалификационным характеристикам должности. Штатное расписание организации составляется на основании профессиональных стандартов. Частные компании попадают в тиски

профессиональных стандартов и должностных квалификационных характеристик с еще большей жесткостью, поскольку риски их деятельности выше, защищенность меньше. Чтобы получить заказ от государственной компании, региональный бизнес должен будет добровольно провести аттестацию всех сотрудников в так называемых центрах оценки квалификаций (ЦОК), и если вдруг сотрудник не соответствует требованиям, оплатить его обучение до заданного квалификационными требованиями профстандарта уровня в центрах повышения квалификации. Учебные и сертификационные центры, выдающие соответствующие сертификаты, возникают и формируются вовсе не случайным образом на основании потребностей конкретных работодателей, а только как организации, которые могут «пользоваться доверием профессионального сообщества и заботиться о сохранении своей репутации» [Внедрение профстандартов..., 2016]. В переводе с языка деклараций это означает, что прибыль от услуг повышения квалификации и сертификации будут получать проверенные доверенные, соблюдающие условия конфиденциальности взаимоотношений между «посылающими» на аккредитацию, аттестацию, осуществляющими аккредитацию и переобучение и выдающими сертификаты соответствия. По данным Минобрнауки, к концу 2020 г. по новым программам в сфере СПО будет обучено 50 тысяч человек [Внедрение профстандартов..., 2016].

Рынок индустрии социологических исследований слишком разнообразен, чтобы без привлечения эмпирических данных давать прогнозы и характеристики. Риски внедрения профессиональных стандартов для организаций индустрии — отдельная перспективная тема для исследования. Поэтому можем сослаться на данные, подтверждающие разнообразие организаций рынка (например, [Рейтинг исследовательских компаний — 2018, 2018]) и перейдем к объекту, более нам знакомому и интересному.

Как связаны высшее образование и профессия в РФ? Исторический контекст вопроса хорошо изучен и представлен во множестве исследований [Андреев, 2008; Артамонова, Вознесенская, 2016; Блинов 1998]. Подавляющая их часть посвящена среднему, техническому, ремесленному образованию, но никак не университетскому, не высшему и этот сектор мы оставим вне наших интересов.

2) Исследования последних лет зафиксировали факт, что законодатели не справляются с задачей увязки (гибкой подстройки системы образования под текущий рынок индустрии). Скорость изменений на рынке

выше скорости адаптации образовательной системы [Российский рынок труда, 2017]. Поиск адекватного социального механизма привел к модели ориентации образовательных программ на профессиональные стандарты. В них описан и стандартизирован производственный процесс: зафиксирован «в букве», фрагментирован, хронометрирован, описан по целям, этапам и результатам как в типовом обобщенном документе. И суть «практикоориентированной» политики МОН в высшем образовании заключается в научении студентов тем действиям, которые есть на производстве и, тем самым, предложении работодателю готового работника. В программных документах МОН ориентиры обозначены красивее и сложнее, но сути конкретных механизмов адаптации это не меняет. Идеологами нового института, по-видимому, были приверженцы системы СПО, где причинно-следственные связи обучения прослеживаются напрямую по результатам конкретных действий.

Необходимо отметить, что ориентиры на профстандарты появились неслучайно. Откуда возникла идея оценки качества образовательных программ на основе их соответствия профессиональным стандартам? Что считать критерием качества? Соответствие норме. Соответствовать норме — означает соответствовать сформулированным в образовательном стандарте «требованиям к выпускнику». Официальным и документально подтвержденным критерием качества образовательной подготовки является соответствие образовательному стандарту ФГОС ВО. Во всяком случае, по критериям государственной аккредитации в российском образовании сегодня это именно так.

Читаем ФГОС 3++ по направлению «Социология»: «...Профессиональные компетенции, устанавливаемые программой магистратуры (бакалавриата), формируются на основе профессиональных стандартов, соответствующих профессиональной деятельности выпускников (при наличии), а также, при необходимости, на основе анализа требований к профессиональным компетенциям, предъявляемых к выпускникам на рынке труда...» [ФГОС 3++, 2017].

Следовательно, критерием качества подготовки в вузе является соответствие образовательной программы профессиональному стандарту или требованиям рынка труда (конкретных работодателей) при отсутствии утвержденного стандарта.

Должен ли (может ли) профессиональный стандарт быть эталоном или ориентиром качества подготовки бакалавра и(или) магистра по направлению «Социология»?

Прежде чем ответить на этот вопрос, разберемся, откуда и когда возникла цель «профессионализации» вузовских образовательных программ, с какими институциональными изменениями это связано.

Применительно к периоду с 1990 г. по 2018 г. сошлемся на результаты некоторых исследований на анализ документов, в которых раскрывается мимикрия термина «профессиональный» применительно к высшему образованию РФ вообще и к социологическому направлению, в частности.

Вернемся к началу постсоветского периода: ГОС ВПО (Государственный образовательный стандарт высшего профессионального образования) — стандарты первого поколения 1992—1996 гг. — содержат в названии определение «профессиональные». Если образовательная программа соответствовала ГОС ВПО, то подготовка признавалась качественной.

Это означало, что каждый получивший диплом о высшем образовании автоматически мог работать в профессиональной области по специальности. Каждый выпускник получал доступ, право на профессиональную деятельность.

В условиях советской и постсоветской реальности выпускник вуза шел работать на государственное предприятие/организацию. Все вузы — государственные и предприятия, куда шли работать выпускники, были государственными. Посему в общем зачете специализированная профессиональная подготовка осуществлялась за счет государства и для государства: средства, ресурсы, затраченные на специализированную узкую подготовку выпускников вуза, возвращались государству. В условиях социально-экономических перемен изменилась форма собственности, предприятия стали частными. В этих условиях государство ушло от финансирования специализаций, узко профессиональной подготовки. Обществу довольно и социально приемлемых (воспитанных) выпускников бакалавриата.

В 1996 г. был принят ФЗ «О высшем и послевузовском профессиональном образовании», в соответствии с которым в 2000 г. были введены в действие ГОС ВПО второго поколения. По действующему на тот момент Перечню в системе ВПО существовало 240 стандартов подготовки бакалавров и магистров — по 120 направлениям подготовки; 215 стандартов специалистов и 88 стандартов — по направлениям подготовки дипломированных специалистов (для 320 специальностей). Очевидно увеличение образовательных программ направлений (в структуре бакалавр плюс магистр).

В 2003 г. Россия присоединилась к странам Болонской декларации и стремилась закрепить европейскую структуру образовательных про-

грамм. Первый этап внедрения Болонской системы стандартизации двухуровневой структуры образовательных программ нельзя назвать успешным. Определение «профессиональный» сохранилось.

Следующий этап: стандарты должны были быть обновлены в 2006 г., однако этого не случилось. 24 октября 2007 г. вышла новая редакция закона об образовании, принят № 232-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты РФ (в части установления уровней высшего профессионального образования)» (Собрание законодательства РФ, 2007, № 44, ст. 5280), согласно которому программы бакалавриата и магистратуры закрепляются как самостоятельные образовательные уровни. 232-ФЗ принимается в 2007 г., а вступает в силу в 2011 г.

Были также попытки организации эксперимента по введению прикладного бакалавриата: получение высшего **профессионального** образования на базе среднего профессионального образования (на базе колледжей), эксперимент не был поддержан МОН и провалился [Палехова, Ломовицкая, 2012].

К этому моменту были разработаны и утверждены федеральные стандарты третьего поколения 2010—2016 гг.: ФГОС ВПО; ФГОС ВО 3+. Актуализация стандартов — приведение их в соответствие с требованиями последней редакции Федерального закона об образовании в Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ — привела к утрате характеристики **профессиональности** высшего образования в РФ. Из названия стандартов исчезает определение «профессиональное»: ФГОС ВО, но еще сохранялись рудименты. Так, например, в ФГОС 3+ в стандарте по направлению «Социология» было введено различие (специализации) — академический бакалавр и прикладной бакалавр, и тем самым подтверждалось наличие двух ветвей образовательных траекторий — академической и прикладной.

Однако 25 марта 2015 г. вышел приказ Минобрнауки России № 270 «О внесении изменений в приказ Министерства образования и науки Российской Федерации от 12 сентября 2013 года № 1061 “Об утверждении перечней специальностей и направлений подготовки высшего образования”», в котором утверждался перечень подготовки по программам бакалавриата в новом виде — без академического и прикладного. Переоформлять документы, принятые до утверждения приказа № 270, не требовалось, но в новых документах (учебные планы и др.) в качестве уровня квалификации следовало указывать квалификацию «бакалавр».

Таким образом, академический и прикладной бакалавриат были уравнены. Бакалавриату придается негласный статус прикладного ремесленного уровня, что в принципе понижает его планку до средне профессионального уровня. Этот вывод подтверждает следующий шаг министерства. Минобрнауки России рассылает вузам «Методические рекомендации по актуализации действующих федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования с учетом принимаемых профессиональных стандартов», утвержденные Министром образования и науки РФ Д. Ливановым 22 января 2015 г. Вероятно, объяснение этому — возобновление профессионализации: ориентированность на новую профессиональную структуру [«Методические рекомендации...», 2015], которая складывается в результате общественных изменений постсоветского периода. Ориентированность на профессию возвращается в оценку результативности высшего образования, но уже с учетом трудовых функций, конкретики трудовых действий, без той широты гуманитарного мировоззренческого аспекта, который определял вузовское образование как новую ступень «высшее образование».

Сегодня требования работодателей к образованию прагматичны. Соответствие характеристик выпускника ожиданиям и требованиям работодателя — основное условие устройства на работу. Поскольку выпускник получает образование, чтобы обрести профессию и работу, то совершенно логично, что требования к результату образования формируют и формулируют работодатели — «потребители» выпускников. Форма, в которой сформулирована профессиональная деятельность для любой профессии в РФ (здесь: требования к умениям и навыкам выпускников), — профессиональный стандарт [Профессиональные стандарты, 2019].

Стандарт профессии, перечень трудовых действий и навыков, по совокупности — профессиональная деятельность, становится ориентиром для вузовских программ. Однако профессиональные стандарты как отражение современной профессиональной структуры охватывают далеко не все существующие сегодня профессии, система описания только складывается. Формирование профессиональных стандартов зачастую отражает только один вид профессиональной деятельности в рамках той совокупности, которая составляет профессию. Нормативные документы позволяют ориентировать образовательные программы на конкретный профессиональный стандарт: в отличие от «широких» гуманитарных мировоззренческих представлений, которые были заложены в ФГОС

первоначально, сегодня можно (нужно) учить и решать отдельные узкие профессиональные задачи, перечисленные в стандартах.

Качество ОП высшей школы, качество подготовки определяется соответствием рутинным действиям существующей должности, отработанной профессиональной роли. Кроме того, как было сказано, система профессиональных квалификаций не сформирована. Ориентировать основополагающий государственный институт образования на ущербный недоработанный проект системы, вероятно, довольно рискованно.

Как в условиях, когда нет профессиональных стандартов, поведут себя вузы? Попробуем гипотетически предположить, что могут сделать вузы как субъекты — поставщики образовательных услуг в поставленных государством условиях.

Актуальность программы определяется требованиями работодателей. Это означает, что образовательные программы (руководители этих программ) будут искать конкретных заказчиков, конкретных работодателей, готовых подтвердить профессиональную направленность программы. Чем в таком случае такая образовательная программа отличается от школы при заводах? Конкретная программа для конкретного предприятия [Артамонова, 2017].

Одновременно в вузах сокращается гуманитарная составляющая образовательных программ технических направлений. Такое образование, вероятно, будет соответствовать критериям и требованиям, заданным механизмом ориентации на профессиональные стандарты, но будет ли это образованием высшим? Вернемся к вопросу о профстандартах и критериях качества. Когда речь идет о массовом прикладном бакалавриате, который готовит работников для задач индустриального типа экономики, ответ: «да». Профстандарты описывают трудовые действия, которые хорошо вписываются в рамки фордистских теорий и экспериментов Чикагской школы 1930-х гг. Тогда нужно признать, что сегодня высшая школа готовит кадры для промышленной реиндустриализации страны, а не для цифровой экономики. Можно ли также однозначно ответить «да» в отношении ориентации магистерских программ на профстандарты? Магистерские программы направлены, по сути, на формирование исследователя в определенной предметной области. Деятельность исследователя стандартизировать и описать формализованными последовательными действиями (несмотря на то, что такие попытки были, и весьма успешны) довольно сложно. Ссылаюсь на слова декана философского факультета МГУ, который 7 февраля

2019 г. выступал на профессорском форуме: «Мы пытаемся сложные системы описать простыми способами».

Магистратура готовит, прежде всего, высококвалифицированные кадры и, в характеристиках высокой профессиональной квалификации, в стандартах, в форме компетенций сформулированы такие потенциальные способности выпускников, как способность «действовать в ситуации неопределенности», компетенции, указывающие на творческий характер деятельности. Кроме того, задача высшей школы всегда формулировалась как подготовка с учетом лага между годом поступления (и, соответственно, требованиями на момент поступления абитуриента) и годом выпуска, что соответствует в сумме периоду шесть лет. Магистерские программы изначально были задуманы как подстройка под «изменчивый мир». Процедура согласования и утверждения готового стандарта занимает не менее двух лет (длительность магистерской программы), соответственно, ориентированность на утвержденные стандарты гарантированно отбрасывает выпускников как минимум на четыре года. В условиях динамики современного развития технологий результат непозволительный.

Если речь идет о магистерских программах, соответствие ОП профессиональным стандартам, безусловно, — мезальянс, академические программы должны соответствовать перспективным требованиям, а не утвержденным существующим стандартам, и судить об этом возможно не на основе документации СПК, а исключительно экспертным образом. Поэтому ориентироваться на профессиональные стандарты — значит ориентироваться на позавчерашние запросы работодателей.

3) Посмотрим на процесс со стороны задач управления. МОН (в разных названиях министерства) располагала подотчетной организацией Рособнадзором, осуществлявшим функции надзора и контроля на основе заключений экспертов, которые принадлежали к вузовской среде, считались коллегами по цеху и были хорошо знакомы с образовательным процессом, его содержанием. Сейчас Рособнадзор не подчиняется министерству (ни одному из двух), это организация при Правительстве РФ. Таким образом, из органа контроля организация превратилась в карательный инструмент. Зачастую вузы поставлены в условия, когда требования изначально невыполнимы (нагрузка, публикационная активность, требования к лабораторному оборудованию и т. д.), следовательно, карательные меры могут быть применимы, а могут быть использованы не в полной мере. Избирательная карательная политика — прекрасный

инструмент подчинения, но и выхолащивания всего нестандартного, инновационного, жизнеспособного. При декларировании приоритетности образования как основы успешности экономических прорывов и направленности на интересы личности база предметов (дисциплин и учебных часов), составляющих основу формирования личностных компетенций, ценностных установок, сокращается. Это не может не сказаться на самоидентификации студентов в национально-историческом контексте как части социокультурной общности. И тогда возникает вопрос, оправдана ли актуализация ФГОС ВО «практикоориентированности в ущерб академизма» с позиций измерений социальных последствий для РФ.

4) Очень важным новым институтом в образовательном поле является параллельная структура, возникшая при Министерстве труда и социальной защиты. Это советы профессиональных квалификаций (СПК).

Возникает вопрос об аккредитации государственной, стандартной и новой общественно профессиональной. На базе крупных игроков рынка формируются ассоциации, которые готовы формировать образовательную политику отрасли и делать заказ вузам на образовательные программы. Теоретическая схема процесса выглядит безупречно, однако социальная проекция этой модели приведет к полной дезорганизации системы высшей школы.

Сегодня вузы проходят процедуру самообследования и государственной аккредитации один раз в четыре-пять лет. Работа, связанная с подготовкой документации к проверкам, занимает время и отвлекает ресурсы от основной деятельности [Приказ Минобрнауки РФ..., 2018]. Введение дополнительных проверок квалификационной подготовки преподавателей (на соответствие профессиональному стандарту педагога), выпускников (на соответствие уровню квалификации по направлению обучения), образовательной программы (на соответствие требованиям работодателей и профессиональным стандартам по направлению) — нововведения, которые полностью изменят образовательную деятельность в вузах.

СПК уже узурпировали право проводить профессионально-общественную аккредитацию образовательных программ. (Экспертизу и аккредитацию могут проводить различные организации, но МОН при выделении бюджетных средств, вероятно, будет признавать результаты экспертизы только проверенных и рекомендованных структур, таких как СПК.)

СПК готовят экспертов для проведения аккредитации. СПК рассматривают проекты профессиональных стандартов соответствующих отрас-

лей и принимают решение о передаче проектов в Национальный совет квалификаций и утверждении их в Министерстве труда и социальной защиты. Необходимо отметить, все эти функции СПК — платные услуги, ничего личного, просто бизнес. Таким образом, СПК — это организации, устанавливающие правила игры в той или иной отрасли, дающие допуск на рынок профессиональной деятельности и рынок образовательных услуг. И, соответственно, они могут не пускать никого, кто «не соответствует» их представлениям о перспективном развитии отрасли, конкурентов и просто тех, кто не имеет ресурсов оплатить их услуги или заставить уважать свое право на самостоятельность в рамках отрасли. Система аккредитации от работодателя на основе профстандартов — это совершенно новый институт, который готовится поглотить государственную аккредитацию, оставив государственному институту узкий сектор оценки условий образовательного процесса: наличие площадей, освещенность в аудиториях, наличие столовых и пр., содержание будет проверяться через квалификационный экзамен.

Сейчас выпускник защищает выпускную квалификационную работу и получает диплом (документ о присвоении степени/уровня образования бакалавра или магистра. В перспективе выпускников ожидает дополнительный к ВКР (ГИА) квалификационный экзамен на допуск к профессии. Проведение таких экзаменов — право СПК, и нельзя не отметить, что эта процедура также платная.

Соответствие профессиональным стандартам есть критерий качества ОП, поскольку это гарантирует соответствие выпускника требованиям работодателя на данный конкретный момент. Выпускник готов к воспроизведению рутинных отработанных производственных ситуаций и трудовых функций. И это замечательно, немногие вузы и программы могут утверждать (и доказать), что достигли такого результата. Правда, здесь еще один тонкий момент в логике рациональной деятельности СПК. Можно предположить, что если в характеристике результатов обучения по итогам экспертизы, проведенной в теми же СПК, почему-либо не будут учтены показатели качества образовательных программ, СПК будут продуцировать курсы повышения квалификации, а вузы будут вынуждены покупать эти курсы как для преподавателей, так и для выпускников. Закладывается механизм постоянного обновления программ и (или) механизм постоянного самофинансирования СПК.

Институциональный Монстр вырос незаметно. Опыт продвижения одного проекта профессионального стандарта «Социолог» удается от-

рефлектировать как некоторую совокупность возможных последствий реализации системы профстандартов на практике.

Выращивая и развивая национальный институт профессиональных квалификаций через функционирование посредников — Советы профессиональных квалификаций, — общество получает риск институциональной ловушки, которая заключается в том, что устанавливаются новые правила игры и формируются дополнительные акторы (посредники) в поле институционального взаимодействия, которые требуют от всех участников процесса дополнительных значительных ресурсов и не решают проблем рационализации взаимодействия и устранения противоречий между рынком, государством и системой образования. Кроме того, структуры (СПК) наделяются правом устанавливать правила, в том числе способствующие обогащению организационных структур, не обладающих экспертным знанием и не заинтересованных в эффективной деятельности институтов образования и рынков.

### Список литературы

1. Андреев А. Л. Российское образование: социально-исторические контексты / А. Л. Андреев ; Ин-т социологии РАН. М. : Наука, 2008. 359 с.
2. Артамонова М. В. Как высшее образование РФ становится прикладным бакалавриатом // Интеллектуальный капитал» Приложение к Российскому сетевому изданию «Первый национальный». 2017. URL: [https://1national.ru/news\\_smi.php?rubric=view&name=kak\\_vysshee\\_obrazovanie\\_rf\\_stanovitsya\\_\\_prikladnym\\_bakalavriatom](https://1national.ru/news_smi.php?rubric=view&name=kak_vysshee_obrazovanie_rf_stanovitsya__prikladnym_bakalavriatom) (дата обращения: 10.03.2019)
3. Артамонова М. В., Вознесенская Е. Д. Трансформации в образовании: от либерализма к прагматике (опыт Российской империи и постсоветской России). М., 2016. 64 с.
4. Артамонова М. В., Оберемко О. А. Профессиональный стандарт социолога: работодатели и вузы в поисках понимания и компромиссов / Вып. 7. М. : ФИРО, 2015. URL: <https://publications.hse.ru/books/149995135> (дата обращения: 10.03.2019).
5. Блинов В. И. Развитие образования в России в XVIII — начале XX вв. под влиянием изменений во взглядах на цели воспитания. М., 2001; Блинов В. И. Некоторые аспекты проблемы целей воспитания в русской педагогике конца XIX — нач. XX вв. М., 1998.
6. Внедрение профстандартов: лента Мебиуса? (подборка статей о профстандарте) / Компетенции успеха. 14.12.2016. URL: <https://profiok.com/news/detail.php?ID=3733#ixzz5jHKxgSmk> (дата обращения: 10.03.2019).

7. Рейтинг исследовательских компаний — 2018. URL: <http://www.789.ru/projects/rik.html> (дата обращения 10.03.2019)
8. Российский рынок труда: тенденции, институты, структурные изменения // доклад под ред. В. Гимпельсона, Р. Капелюшниковой, С. Рощина. 2017. С. 130—136. URL: [https://csr.ru/wp-content/uploads/2017/03/Doklad\\_trud.pdf](https://csr.ru/wp-content/uploads/2017/03/Doklad_trud.pdf) (дата обращения: 10.03.2019).
9. Палехова П. В., Ломовицкая И. И. Колледжи Банка России: международный опыт практикоориентированного обучения // Деньги и кредит. 2012. С. 1—80.
10. Приказ Минобрнауки РФ от 14.06.2018 N 809 «Об установлении нормативов трудозатрат и коэффициентов, учитывающих изменения сложности работ в зависимости от контингента обучающихся в организации, осуществляющей образовательную деятельность, по заявленным для государственной аккредитации основным образовательным программам при проведении аккредитационной экспертизы». URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_301908/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_301908/) (дата обращения: 10.03.2019).
11. Профессиональные стандарты // Министерствѣ труда и социальной защиты РФ. URL: <http://profstandart.rosmintrud.ru/> (дата обращения: 10.03.2019).
12. ФГОС 3++ Социология. URL: [http://fgosvo.ru/uploadfiles/ProjFGOSV03++/Bak3++/390301\\_B\\_14062017.pdf](http://fgosvo.ru/uploadfiles/ProjFGOSV03++/Bak3++/390301_B_14062017.pdf) (дата обращения: 10.03.2019.)
13. «Методические рекомендации по актуализации действующих федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования с учетом принимаемых профессиональных стандартов» (утв. Минобрнауки России 22.01.2015 N ДЛ-2/05вн). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_175196/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_175196/) (дата обращения: 10.03.2019).
14. Федеральный закон «О независимой оценке квалификации» от 03.07.2016 N 238-ФЗ (последняя редакция). URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_200485/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_200485/) (дата обращения: 10.03.2019).

**Д. В. Зернов**

## **ВЛИЯНИЕ СТРАТЕГИИ ВЫБОРА ВУЗА НА ПРОЦЕСС ОБУЧЕНИЯ И ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ ОРИЕНТАЦИИ СТУДЕНТОВ**

*ЗЕРНОВ Дмитрий Васильевич — кандидат политических наук, доцент кафедры отраслевой и прикладной социологии, Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия*

*E-MAIL: zerdv@mail.ru*

**Аннотация.** Представлены результаты социологического исследования, проведенного в ноябре 2018 г. среди студентов девяти вузов Нижнего Новгорода. Анализируются стратегии выбора учебного заведения, среди которых выделяются четыре направления: ориентация на высокое качество образования, ориентация на престижное учебное заведение, ориентация на бюджетные места и ориентация на приемлемую стоимость обучения. Показано, что ориентировавшиеся на высокое качество образования и на престижное учебное заведение демонстрируют высокую степень удовлетворенности выбранным направлением подготовки и самим учебным процессом. Многие из них собираются продолжить обучение в магистратуре, причем ориентированные на качество образование также собираются связать свою профессиональную карьеру с научной деятельностью. Ориентировавшиеся на бюджетные места или приемлемую стоимость обучения находят неважным качество получаемого образования, для них главным был факт поступления в вуз. Ориентировавшиеся на стоимость обучения скорее удовлетворены выбранным направлением подготовки, однако не собираются идти в магистратуру. Наименьшую степень удовлетворения учебным процессом демонстрируют ориентировавшиеся исключительно на бюджетные места. Среди них мало тех, кто планирует идти в магистратуру, а также и тех, кто в будущем собирается работать по получаемой специальности.

**Ключевые слова:** абитуриенты, качество образования, магистратура, мотивация, профессиональные ориентации, стратегии выбора вуза, студенчество, учебный процесс

В настоящее время наблюдается снижение мотивации студентов к обучению. Это связано с разнообразными факторами, важнейший из кото-

рых — слабая связь между школой и вузом, школой и будущей профессией. В. И. Ильин для описания образа жизни современной молодежи, адекватного «текущей современности», вводит метафору социального серфинга и отмечает, что дефицит информации о своем будущем заставляет выпускников школ выбирать две противоположные модели поведения: 1) «мне ничего не интересно» и 2) «мне много интересно». И в том, и в другом случае выбор вуза во многом случаен [Ильин, 2019: 36]. Нецеленаправленный выбор места получения образования приводит к тому, что многие студенты меняют за годы обучения свои представления об образе профессионального будущего [Иудин, Ситникова, 2018]. Наиболее прохладно к образовательному процессу относятся студенты, за которых выбрали вуз родители, а также те, кто поступил только из-за того, чтобы отсрочить вступление во взрослую жизнь [Зернов, Ушакова, 2014: 606].

В ноябре 2018 г. кафедра отраслевой и прикладной социологии ФСН ННГУ им. Н. И. Лобачевского провела социологическое исследование, в ходе которого было опрошено 858 студентов нижегородских вузов. Целью исследовательского проекта стало изучение образовательных и карьерных стратегий современных студентов.

Говоря о причинах выбора высшего учебного заведения, нижегородские студенты почти одинаково часто указывают на присутствие в вузе интересующей их специальности (48 %), наличие бюджетных мест (43 %), рейтинге вуза (41 %) и качестве образования (39 %). Важно, что это, с одной стороны, государственный вуз (35 %), а с другой — престижное учебное заведение (34 %). Примерно четверть студентов отметили ориентацию на то, что диплом этого вуза ценится на рынке труда. Примерно пятая часть указала на удобное расположение вуза, то, что этот вуз дает высокопрофессиональную подготовку, что есть общежитие, а также на то, что вуз им порекомендовали родители или друзья.

Указывая на причины выбора высшего учебного заведения, студенты демонстрируют несколько стратегий осуществления выбора.

Первая стратегия связана с целенаправленной ориентацией на качественное образование. Эти абитуриенты не просто говорят о важности для них декларированного качества образования, а требуют его подтверждения. Почти для всех из них важно, чтобы вуз предоставлял возможность обучения и стажировок за границей. Они смотрят на преподавательский состав и отдают предпочтение тем вузам, которые приглашают читать лекции преподавателей из других городов России и зарубежья. В этом вузе должна быть развитая научно-исследовательская база, а только

затем — хорошая материальная база. Наличие бюджетных мест сыграет для них роль при выборе вуза, но они никогда не свяжут себя с учебным заведением, в которое можно было бы легко поступить.

Вторая стратегия — это ориентация на престиж вуза. Для абитуриентов из этой группы принципиально важен диплом об окончании вуза: и чтобы он ценился на рынке труда, и чтобы имел вес именно там, где будущий студент собрался работать. Выбирая учебное заведение, эти абитуриенты обращают внимание на рейтинг вузов, на преподавательский состав, а также является ли вуз государственным. Следует отметить, что ориентированные на престиж не выбирают вузы, в которые было бы проще поступить, и скорее не обращают внимание на наличие бюджетных мест.

Третья стратегия — это традиционная ориентация на хоть какое бесплатное образование. Почти все студенты, составляющие данную группу, выбирали государственный вуз, в котором есть бюджетные места и общежитие. Абитуриенты, придерживающиеся такой стратегии, выбирают вуз, в который попроще поступить, а многие даже признаются, что им все равно, куда поступать, главное — получить высшее образование. Для них не важны ни качество образования, ни престиж вуза, ни даже ценится ли диплом выбранного вуза на рынке труда.

Четвертая стратегия во многом похожа на предыдущую, но ее принципиальное отличие в том, что ее придерживаются будущие платные студенты. Это ориентация на приемлемую стоимость обучения без учета качества образования. Для абитуриентов, придерживающихся такой стратегии, скорее не важен престиж или рейтинг вуза, как не важна ни высокопрофессиональная подготовка, ни будет ли цениться диплом данного вуза на рынке труда. Многие будут выбирать вуз, где не очень дорого учиться и куда будет проще поступить. Значение имеет факт, что это государственный вуз, а также удобное географическое расположение. Еще одним запросом к вузу из этой группы абитуриентов будет наличие хорошей материальной базы, что логично, так как студенты за свои деньги хотели бы получить если не знания, то нормальные условия времяпровождения.

Теперь рассмотрим отношение к учебному процессу и карьерные устремления студентов, которые уже поступили в высшие учебные заведения, руководствуясь одной из обозначенных выше стратегий выбора вуза.

В наибольшей степени удовлетворены своим выбором направления подготовки и процессом обучения студенты, которые изначально ориентировались на высокое качество образования. В учебном процессе их

почти все устраивает, от студентов других групп их отличает то, что они чаще остальных говорят о том, что им нравится самостоятельная работа, а также общение с преподавателями на научные темы. Среди них самый высокий процент тех, кто после окончания бакалавриата собирается продолжить обучение в магистратуре, а также тех, кто после окончания вуза хотел бы заниматься научной деятельностью. Серьезное отношение к процессу обучения представителей данной группы подтверждает и то, что среди них меньше тех, кто совмещает учебу с работой или подработкой. Их представления о своей будущей работе отличаются некоторой долей идеализма. Так, например, они чаще остальных говорят, что их будущая работа должна приносить пользу людям, отличаться высоким интеллектуальным напряжением и высокой квалификацией труда.

Ориентировавшиеся при выборе вуза на престиж учебного заведения также демонстрируют удовлетворенность выбранным направлением подготовки. В отличие от ориентировавшихся на высокое качество образования, студентам этой группы больше нравится сама возможность узнавать новое по специальности, чем общение с преподавателями или самостоятельная работа. Сравнительно высокий процент представителей этой группы уже работают на постоянной основе, поэтому основную критику по организации учебного процесса у них заслуживает не очень удобное расписание. При этом не менее половины ориентировавшихся на престиж вуза собираются продолжить обучение в магистратуре. Их представления о будущей работе более меркантильны. Они чаще других выбирают перспективы служебного роста и хороший заработок.

Ориентировавшиеся на стоимость обучения также скорее удовлетворены выбранным направлением подготовки. Им нравится процесс обучения, интересные лекции, но не нравятся некоторые преподаватели или то, что много задают на дом. При этом лишь небольшая часть представителей этой группы собирается идти в магистратуру. Более половины уже работают или подрабатывают, хотя и не по специальности. Намерение работать по специальности здесь самое низкое из всех групп. Представления о будущей работе у них несколько размыты, они в меньшей степени, чем другие ориентированы на высокий заработок, однако чаще остальных среди требований к будущей работе называют наличие социального пакета. Более пятой части из них хотели бы также иметь свободный график работы.

Наименьшую удовлетворенность выбором направления подготовки демонстрируют студенты, которые при поступлении ориентировались

преимущественно на бюджетные места в ущерб качеству образования. Они чаще представителей всех остальных групп говорят, что им неинтересно на занятиях. Выше среднего здесь процент тех, кому не нравятся некоторые преподаватели или то, что задают много домашнего задания. Среди представителей этой группы слабо выражено желание поступать в магистратуру, а также желание заниматься научной деятельностью. Кроме того, здесь самый низкий по всем группам процент тех, кто после вуза собирается работать по специальности. Кстати, они реже остальных среди требований к будущей работе указывают на возможность принести людям пользу.

### Список литературы

1. Зернов Д. В., Ушакова Я. В. Студенты об учебном процессе и научной деятельности / Социальные инновации в развитии трудовых отношений и занятости в XXI веке Н. Новгород : НИСОЦ, 2014. С. 603—607.
2. Ильин В. И. Социальный серфинг как модель молодежного образа жизни // Мониторинг общественного мнения : Экономические и социальные перемены. 2019. № 1. С. 28—48. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2019.1.02>.
3. Иудин А. А., Ситникова И. В. Современное студенчество: становление образа профессионального будущего // Социология образования. 2018. № 3. С. 89—103.

**И. В. Ситникова**

## **СОВРЕМЕННОЕ СТУДЕНЧЕСТВО: ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ВЫБОРА**

*СИТНИКОВА Ирина Викторовна — ассистент, аспирантка, Нижегородский государственный университет им. Н. И. Лобачевского, Нижний Новгород, Россия*

*E-MAIL: april@fsn.unn.ru*

**Аннотация.** Представлены результаты социологического исследования по выявлению особенностей профессионального выбора молодежи в условиях реформы образования, а также факторов, влияющих на профессиональное самоопределение студентов вузов Нижнего Новгорода. Проблема профессионального самоопределения и выбора профессии актуальна в связи с изменением социально-экономической ситуации в стране и изменениями на рынке труда. Рассмотрены особенности профессионального выбора молодежи, связанные с введением в систему образования России Единого государственного экзамена, в результате чего произошло изменение процедуры и содержания профессионального выбора абитуриентов, появился феномен неосознанного, во многом случайного выбора профессии. Представлены результаты анализа трансформации образа профессии в процессе обучения в высших учебных заведениях. В отсутствие четкой системы профессионального самоопределения молодежи большая часть молодых людей реализует себя не в рамках полученной в вузе специальности. Изучено влияние ценностных ориентаций студентов на их профессиональное самоопределение.

**Ключевые слова:** высшее образование, вуз, молодежь, студенты, ЕГЭ, профессиональное самоопределение, профессиональный выбор, образ профессии, рынок труда, трудоустройство

Актуальность исследования особенностей профессионального выбора молодежи обусловлена изменениями в российском обществе и, конкретно, в системе образования. Присоединение России к Болонскому процессу, введение новых образовательных стандартов и Единого государственного экзамена (ЕГЭ) изменили содержание и процесс профессионального самоопределения молодых людей. Сегодня единый государственный экзамен служит одновременно выпускным экзаменом

из школы и вступительным экзаменом в вузы. ЕГЭ, облегчая процесс поступления в вуз, создает феномен неосознанного, во многом случайного выбора профессии. Этот неосознанный выбор усугубляется значительными изменениями в системе ценностей молодежи, появившимися в результате социальных преобразований, связанных с реформированием экономики. Неумение или нежелание разбираться в своих склонностях и способностях приводят к ошибочному выбору профессии, когда многие молодые люди выбирают популярную или престижную профессию, обеспечивающую высокий социальный статус.

С целью изучения профессионального самоопределения молодежи в 2017 г. было проведено социологическое исследование «Профессиональные установки и профессиональные ориентации молодежи» методом глубинных интервью. Были опрошены 300 студентов вузов Нижнего Новгорода (95 юношей и 205 девушек). Анализ данных проводился с использованием программы «Лекта» (Лексико-семантический анализ текстов).

С введением системы ЕГЭ произошло изменение процедуры выбора профессии у школьников. Когда школьник выбирает предметы для сдачи ЕГЭ, он фактически выбирает и направление своей будущей профессиональной деятельности. При этом чаще всего делает неосознанный выбор: выбирает не профессию, а направление, для поступления на которое ему хватит баллов ЕГЭ, чтобы учиться на бюджетном месте. Результаты исследования показывают три стратегии выбора вуза и специальности в зависимости от выбора предметов ЕГЭ: 1) в случае осознанного выбора профессии происходит выбор конкретных предметов для экзаменов с ориентацией на конкретную специальность, при этом есть четкое понимание, в какой вуз и на какую специальность хотят поступить (в двух других стратегиях при выборе предметов ЕГЭ отражается неосознанность выбора профессии); 2) ориентация на легкие предметы, в результатах сдачи экзамена по которым уверены, причем направление будущей специальности определяется данным набором ЕГЭ для зачисления на бюджетное место; 3) расширенный список предметов ЕГЭ, когда нет четкого понимания, в какой вуз и на какую специальность поступать.

Исследование показало, что кроме ЕГЭ основными факторами, влияющими на выбор специальности и вуза, являются стоимость обучения; наличие бюджетных мест; представления молодежи о престижности будущей профессии; мнение родителей, учителей.

Большинство абитуриентов поступают в вуз, до конца не определившись с будущей профессией. Неосознанный выбор профессии приводит

к тому, что выпускники оказываются недовольны избранной сферой деятельности, перспективами своего профессионального будущего. Особенностью профессиональных стратегий современной молодежи является осознание значительной частью студенческой молодежи неправомерности профессионального выбора. Многие студенты не собираются работать по специальности, и главным для них становится получение диплома. Напротив, для студентов, сделавших осознанный выбор профессии, главными целями получения образования являются возможность получения востребованной профессии, приобретение практических профессиональных навыков и намерение работать по профессии.

Один из важных мотивов получения высшего образования для молодежи — достижение жизненного успеха. Главными факторами успешности будущего трудоустройства они считают высокую зарплату, карьерный рост, престижность профессии. Ориентация на ценности индивидуального успеха и материального благополучия являются особенностью формирования профессиональных ориентаций молодежи.

Профессионального самоопределение российской молодежи характеризуется отсутствием у молодого поколения устойчивых профессиональных ориентаций и установок. В оценках студентов своего профессионального будущего сочетаются оптимистичные ожидания найти работу своей мечты с пессимистическим восприятием своего профессионального будущего. Результаты исследования показали, что у многих студентов в ходе профессионального обучения трансформируется образ профессии [Ситникова, 2017: 70]. Так, у сделавших неосознанный выбор специальности представления о профессии и о себе как профессионалах — неопределенные. В начале обучения они слабо представляют себе образ будущей работы, а к старшим курсам получаемая профессия теряет и присутствовавшую при поступлении первоначальную значимость. Несоответствие между прошлыми и реальными представлениями о профессии приводит к нежеланию работать по специальности. Такие студенты не хотят добиваться успеха в получаемой профессии, им проще получить новую или дополнительную специальность, поступить в другой вуз. И наоборот, молодые люди, решившие еще в школе, чем хотят заниматься в будущем и какую специальность будут изучать в вузе, знают особенности и трудности будущей профессии. Такие студенты рассматривают свою профессию как средство самосовершенствования и самореализации. К концу обучения образ профессии становится для них еще более адекватным, эти молодые люди собираются работать по специальности.

Наиболее важной проблемой российского высшего образования сегодня является проблема трудоустройства выпускников. Выбор профессии не заканчивается выбором вуза и факультета, он продолжается и при выборе профессиональной деятельности. Из-за сложностей трудоустройства по специальности, связанных с требованием опыта работы, низкой оплатой труда, малым количеством вакансий на рынке труда, выпускники вузов часто вынуждены искать альтернативные варианты трудоустройства, в результате чего они теряют полученные в ходе обучения в вузе профессиональные навыки. Можно отметить, что на стадии включенности молодого специалиста в рыночно-трудовые отношения активизация профессионального самоопределения происходит в зависимости от степени удовлетворенности самим трудом, его условиями и результатом [Ренева, 2012: с. 129].

Исследование показало, что стратегии трудоустройства молодых специалистов зависят от осознанности профессионального выбора. Желая получить опыт работ, требуемый работодателями при трудоустройстве, а также экономическую самостоятельность, многие студенты трудоустраиваются во время учебы. Немногочисленные студенты с осознанным профессиональным выбором занимаются подработкой только по специальности с целью углубления знаний, получения профессионального опыта и навыков. С этой же целью бакалавры продолжают обучение в магистратуре по своей специальности. Студенты без осознанного выбора профессии работают чаще всего не по специальности для решения своих материальных проблем. Новая сфера деятельности нередко становится вновь обретенной профессией. Это часто находит свое продолжение в получении второго высшего образования по другой специальности.

Наличие диплома о высшем образовании не гарантирует трудоустройство по специальности. В отсутствие четкой системы профессионального самоопределения молодежи на рынке труда большая часть молодых людей реализует себя не в рамках полученной в вузе специальности. Фиксируется снижение числа желающих работать по профессии и не связывающих свою карьеру с полученной подготовкой в высшем учебном заведении. Сегодня молодые специалисты не выходят на рынок труда окончательно с полученной в вузе профессией, а периодически возвращаются к образовательной деятельности. Социологи объясняют это «возникновением и утверждением так называемого нелинейного типа карьеры в обществе, когда есть необходимость в гибком профессиональном самоопределении, возможность корректировать свои планы,

переизбрать свой профессиональный путь» [Профессиональные стратегии..., 2010: 47].

### **Список литературы**

1. Ситникова И. В. Факторы трансформации профессиональной мотивации студентов / Социальные преобразования и социальные проблемы. Сборник научных трудов (Выпуск 17) / под общей ред. д. с. н. Д. А. Шпилева. Нижний Новгород : изд-во НИСОЦ, 2017. 209 с.
2. Ренева Г. Ф. Профессиональное самоопределение личности на различных этапах профессионализации / Вестник Красноярского государственного педагогического университета им. В. П. Астафьева. Красноярск : КГПУ им. В. П. Астафьева. № 3. 2012. С. 126—132.
3. Профессиональные стратегии и ценностные ориентации молодежи в условиях экономического кризиса: информационно-аналитический отчет / под ред. Ю. Р. Вишневого, Л. Н. Банниковой, М. В. Певной. Екатеринбург : УрФУ, 2010. 194 с.

**О. М. Дудина**

## **К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНОЙ ТЕХНОЛОГИИ СОЗДАНИЯ НАУЧНО-ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ШКОЛ**

*ДУДИНА Ольга Мухаметшевна — кандидат философских наук, доцент Департамента социологии, истории и философии, Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия  
E-MAIL: dudidnaom@yandex.ru*

**Аннотация.** Актуальность исследования формирования научно-образовательных школ обусловлена разрывом в преемственности науки и де-факто возникшим приоритетом вузовской науки. Цель состоит в том, чтобы показать, что в лучших вузах страны сложилась своя система подготовки научных кадров, которую можно с полным основанием обозначить как «социальную технологию». В статье приведены элементы социальной технологии подготовки кадров высшей квалификации, используемые кафедрами Финансового университета при Правительстве РФ. Они обосновываются ссылками на социологический опрос аспирантов вуза. Эффективность социальной технологии привела к тому, что в вузе сложилось и функционирует 20 научно-образовательных школ.

**Ключевые слова:** научная школа, научно-образовательная школа, социальная технология, подготовка кадров высшей квалификации, аспирантура, аспиранты

Выход России на зарубежные рынки потребовал высокой конкурентоспособности товаров и услуг, их наукоемкости. Все это привело к выводу к необходимости восстанавливать или развивать заново научные школы, развитие которых было прервано переходом страны к рыночному обществу, катастрофическому для науки, и как последствие — грандиозной «утечкой умов» на Запад в 1990-е — 2000-е гг. Как показывает мировая практика, научная школа как социальная форма организации научного труда доказала свою эффективность, хотя в настоящее время и появляются новые формы сотрудничества, конкурирующие с традиционными научными школами (в частности, новые проектные и сетевые формы организации исследований).

В любом случае необходимо теоретическое осмысление феномена научных школ. Это вновь актуализировало интерес российской филосо-

фии и социологии науки к феномену научных школ, в частности, для того чтобы разрабатывать и реализовывать государственные программы поддержки научных школ.

Анализ определений и подходов к понятию «научная школа» позволяет выделить ее основные черты: 1) общность объекта исследования, единую парадигму научной деятельности; 2) способность к продуцированию знания, выделяющую данную школу среди других сообществ; 3) собственные технологии создания, передачи и применения знания; 4) проявление эффекта саморазвития, базирующегося на обмене результатами и идеями как внутри одного поколения, так и между учителями и учениками; 5) признание со стороны других направлений. [Устюжанина и др., 2011: 3]

Изучение научных школ показало, что они различаются по основному типу деятельности, на котором основаны. Одним из видов научных школ является научно-образовательная школа. Ее не следует отождествлять с одним вузом, в истории науки известны случаи, когда она могла существовать в рамках нескольких вузов, так как в них преподавали исследователи-единомышленники.

Научно-образовательная школа отличается тем, что: 1) развертывает перед слушателями картины достижений мировой науки в выбранной области знания; 2) включается в идейно-теоретическую традицию; 3) формирует методологические принципы исследования; 4) создает у слушателей творческую мотивацию — установки на самостоятельную разработку научных проблем; 5) воспитывает исследовательский стиль мышления [Ярошевский, 1977].

Подчеркнем, что основой является сама система подготовки, которая находит свое воплощение в деятельности выдающихся ученых и педагогов.

Иными словами, можно говорить о социальной технологии подготовки кадров высшей квалификации и создания предпосылок для возникновения научно-образовательной школы. Под социальной технологией понимается «1) совокупность методов, средств, предметов и способов организации человеческой деятельности по воздействию на социальные процессы и системы; 2) социальная технология организует целенаправленное взаимодействие социальных субъектов: с одной стороны, субъекта — организатора взаимодействия и инициатора преобразований; с другой — социального субъекта — участника взаимодействия; 3) описание указанных выше методов в текстах или методиках; обучение применению социальных технологий по опубликованной методике...» [Дятченко, 1993]

Исследования деятельности кафедр, осуществляющих подготовку аспирантов (по публикациям и по социологическим исследованиям), показывают, что в лучших вузах сложились элементы социальной технологии по формированию научно-образовательной школы, к которым можно отнести:

1) Включенность аспирантов в коммуникативные процессы, протекающие на кафедре: а) обсуждение темы диссертации на заседаниях кафедры; б) обсуждение концепции диссертации на заседаниях кафедры; в) обсуждение на кафедре плана диссертации; г) плановые встречи с научным руководителем.

2) Сотрудничество с научным руководителем. Деятельность научного руководителя по отношению к аспиранту и его диссертации:

а) планирование работы аспиранта, установление контрольных сроков сдачи работ; б) наличие конкретного дня встречи с аспирантом; в) осуществление связи очно или по электронной почте; г) контроль хода работы над диссертацией; д) оценка результатов проделанной работы, редактирование текстов сданных статей; ж) научный руководитель «делится» идеями; з) рекомендует посещение научных мероприятий; и) отбирает мероприятия для выступлений; к) рекомендует журналы для публикации; л) помогает во всем; м) общение при личной встрече и по электронной почте.

3) Включенность в реальную профессиональную деятельность кафедры как первичного сообщества научной социализации аспиранта:

а) проведение занятий со студентами, б) участие в научных мероприятиях кафедры в) ассистирование научному руководителю на занятиях; г) наличие заданий для разработки учебных и вспомогательных материалов; д) участие в научных грантах и др. исследовательских работах кафедры; е) участие в научно-исследовательских семинарах кафедры; ж) участие в методических семинарах кафедры; з) направление на научные мероприятия вне академии; и) наличие конкретных поручений на кафедре.

По оценкам аспирантов Финансового университета при Правительстве РФ [Дудина, 2015], защищаемость диссертаций в котором высока, включенность аспирантов в коммуникативные процессы на кафедре варьирует по указанным показателям: от 77,6 % до 96,1 %. Высокие оценки у аспирантов получили и научные руководители. Так, по мнению опрошенных аспирантов, научные руководители регулярно оценивают результаты проделанной работы (1 место — 75,4 % ответивших); «делятся идеями» (2

место — 69,8% ответивших); осуществляют «контроль хода работы над диссертацией» (3 место — 65,9% ответивших), планируют ход работы аспирантов, устанавливают контрольные сроки сдачи работ (4 место — 57,0% ответивших); помогают во всем (5 место — 52,5% ответивших); редактируют тексты сданных статей (6 место — 51,4% ответивших).

Наиболее частые формы взаимодействия кафедры с аспирантами: участие в научных мероприятиях кафедры (72,1% составляет сумма ответов «регулярно» или «иногда»), 44,1% — проведение занятий со студентами (сумма ответов «регулярно» или «иногда»). 39,1% опрошенных включены в «направление аспирантов на мероприятия вне академии» (3 место) — по 32,4% аспирантов регулярно или иногда участвуют в научно-исследовательских и методических семинарах. Мало используются такие формы, как «участие в научных грантах и др. исследовательских работах кафедры» (16,7%) и «наличие конкретных поручений на кафедре» (19,6%). Это обусловлено, к сожалению высокой степенью занятости аспирантов на рабочих местах. В целом условиями работы для аспирантов, созданными в вузе, удовлетворены 81,5% аспирантов.

Кафедры делают все возможное, чтобы поддерживать взаимодействие с аспирантами, вовлекают их в педагогическую деятельность, в научно-исследовательские и методические семинары, в свои научные мероприятия. Это приводит и к высоким результатам: в Финансовом университете при правительстве РФ полноценно работают 20 научно-образовательных школ.

## Список литературы

1. Дятченко Л. Я. Социальные технологии в системе управления общественными процессами : дис... д-ра социол. наук. М., 1993.
2. Устюжанина Е. В., Евсюков С. Г., Петров А. Г., Казанкин Р. В., Дмитриева М. Б. Научная школа как структурная единица научной деятельности. Препринт #WP/2011/288. М. : ЦЭМИ РАН, 2011. С. 3
3. Ярошевский М. Г. Логика развития науки и научная школа // Школы в науке / под ред. С. Р. Микулинского, М. Г. Ярошевского. М. : Наука, 1977. С. 7—96.

**А. Н. Тимохович, С. С. Филенко**

## **МУЗЕЙ В ФОРМАТЕ НАУЧНОГО ЦЕНТРА: НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СОЦИАЛИЗАЦИИ ПОДРОСТКОВ**

*ТИМОХОВИЧ Александра Николаевна — кандидат психологических наук, доцент кафедры рекламы и связей с общественностью, Государственный университет управления, Москва, Россия*

*E-MAIL: 3178720@list.ru*

*ORCID: 0000-0001-5326-5975*

*ФИЛЕНКО Степан Сергеевич — магистрант, Государственный университет управления, Москва, Россия*

*E-MAIL: stephanfilenko@gmail.com*

*ORCID: 0000-0003-3614-5829*

**Аннотация.** В статье рассмотрены вопросы расширения функций современных музеев как культурных институций. Приводится анализ видов активностей музеев в формате научных центров, а также анализ способов активного вовлечения посетителей музеев подросткового возраста в потребление культурного продукта (на примере Политехнического музея г. Москвы). Выявлены мировые тренды в видах деятельности музеев в формате научных центров (fablab, co-creation). Проведен анализ существующих активностей в Политехническом музее, направленных на подростковые целевые группы. В ходе фокус-группового исследования выявлены поведенческие инсайты подростковой аудитории музея, а также родителей подростков. Разработаны co-creation активности для вовлечения подросткового сегмента в потребление музейного продукта (интерактивные мастер-классы, DIY-экспозиции, детские лектории, геймификация экспозиции, интеграция в городские фестивали).

**Ключевые слова:** социализация, музей, культурный объект, сотворчество, вовлечение, аудитория, подростки, потребление

Традиционно музеи как культурные институции выполняли функции сбора, хранения и передачи культурных ценностей. Вышеперечисленные функции связаны с функцией социализации личности, поскольку через приобщение к продуктам культуры у личности

формируется система ценностей, усваиваются социальные нормы, формируется мировоззрение.

Хранилища культурных ценностей имеют древнюю историю. Например, в Древней Греции на территории храмов существовали хранилища с историческими реликвиями, произведениями искусства того времени и предметами культуры. По своему виду и способу хранения культурных ценностей древние хранилища напоминали современные музеи [Дубин, 2017]. В то время такие хранилища не были открыты для всеобщего обозрения, но и сегодня не все фонды музеев открыты для доступа посетителей.

Однако в последние годы классический формат деятельности музея претерпевает значительные изменения. Современному посетителю музея недостаточно получить информацию, соприкоснуться с культурным объектом. Сегодня можно говорить о новой тенденции — превращении музеев в культурно-исторические и досуговые центры, что вызывает необходимость отказа от традиционного подхода к музейной деятельности [Шляхтина, 2017]. Несмотря на ценность музейных экспонатов и важность историй, связанных с ними, все больше внимания привлекают музеи, использующие интерактивные инструменты непосредственно в своей деятельности, а также в привлечении целевых групп.

Вопросы изучения музея как социального института, трансформации культурной сферы были рассмотрены в трудах зарубежных и российских авторов: Б. В. Дубина, А. Г. Колесниковой, А. В. Матецкой, С. И. Самыгина, Д. Бэлла, М. Кастельса, А. Турена, И. Е. Дискина, М. Т. Майстровской, Т. П. Полякова, Л. М. Шляхтиной. В частности, М. Т. Майстровская в работе «Музей как объект культуры. Искусство экспозиционного ансамбля» анализирует меняющиеся функции музея в исторической перспективе [Майстровская, 2016].

Вопросы привлечения аудитории, использования инструментов маркетинговых коммуникаций в деятельности музеев рассмотрены в работах Е. Л. Шековой, Г. Л. Тульчинского, Б. Шмидта, А. В. Ульяновского, Н. Саймон, Д. Сибрук. Ряд авторов считает, что для привлечения подростковой аудитории к деятельности культурных институтов необходимы особые коммуникационные инструменты [Тульчинский, 2009].

В настоящей статье остановимся на анализе видов активностей музеев в формате научных центров, на способах активного вовлечения посетителей музеев подросткового возраста в потребление культурного продукта (на примере Политехнического музея).

Цель исследования — провести анализ способов взаимодействия музеев с группами посетителей подросткового возраста.

Задачи исследования: проанализировать влияние региональных факторов на деятельность музея; изучить историю развития Политехнического музея; рассмотреть виды деятельности современных музеев в формате научных центров; проанализировать существующие активности Политехнического музея, направленные на подростков; выделить предпочтения представителей целевого сегмента подросткового возраста; разработать рекомендации по созданию со-creation активностей на базе Политехнического музея.

В 2018 г. Москву посетило более 22 миллионов туристов, среди которых четверть — иностранцы. По версии TripAdvisor, Москва занимает второе место в Европе и пятое место в мире среди лучших развивающихся туристических направлений. Средняя заработная плата москвича, по данным Мосгорстата, за 2018 г. составляет 81 841 рубль. Исследования показывают, что в среднем москвичи готовы тратить до десяти процентов своего бюджета на досуг [Колесникова, 2017]. Что касается досуга детей, то москвичи делают акцент на том, что досуг должен быть полезным.

В крупных городах существует широкий выбор досуговых площадок, предлагающих не менее широкий спектр мероприятий разной направленности: кинотеатры, концертные площадки, театры, музеи, развлекательные центры. В Москве представлены классические музеи (например, Третьяковская галерея, Музей изобразительных искусств им. А. С. Пушкина, Исторический музей); исторические памятники культуры (Московский Кремль, усадьба Царицыно, Поклонная гора); выставочные площадки, парки, арт-пространства (Музеон, дизайн-завод Флакон, Винзавод). Данные факты свидетельствуют о том, что в сфере культурного досуга, с одной стороны, высокая конкуренция, с другой стороны, увеличивается потребность людей в приобщении к культурным институциям [Сибрук, 2017].

Политехнический музей является одним из крупнейших и старейших научно-технических музеев мира. Музей был основан в 1872 г. на основе фондов Политехнической выставки. В 1980-е годы он стал главным музеем СССР по популяризации идей и решений, определяющих путь научно-технического прогресса. В 2010 г. музей признал наступление провального периода, интерес к нему практически угас, был поставлен вопрос о закрытии музея и расформировании экспозиций. В 2011 г. команда британского бюро «Event Communications» разработала новую концепцию музея. В 2013 г. началась реконструкция основного здания

музея на Лубянке. Коллекции музея в данный момент расположены в залах КЦ ЗИЛ, НИУ ВШЭ, МИСиС, фондов МГУ, а также на ВДНХ.

На настоящий момент в миссии музея отражены основные функции музея формата научных центров: «Мы верим, что миром движут любопытство и созидание. Мы открываем людям прошлое, настоящее и будущее науки. Мы создаем территорию просвещения, свободной мысли и смелого эксперимента» [Шекова, 2014].

Проведя анализ активностей научных музеев мира, можно выделить три основных тренда в видах деятельности музеев формата научных центров [Саймон, 2017]. Во-первых, fablab — небольшая лаборатория, мастерская на платформе музея, которая предоставляет оборудование для самостоятельного технического творчества (например, в Чикагском музее науки и промышленности). Во-вторых, фестивали в стиле «Научпоп»: о физике, химии, биологии, программировании доступным языком. Часто приглашаются известные научные деятели для проведения лекций/семинаров (например, в Техническом музее в Вене). В-третьих, co-creation с мейкерами, то есть сотворчество с научными мини-сообществами изобретателей и конструкторов (клубные программы в Copernik Center в Варшаве).

После 2011 г. Политехнический музей изменил большинство форматов взаимодействия с посетителями с учетом мировых трендов в музейных активностях. На базе музея были созданы лектории, клубы, образовательные программы. Рассмотрим пользующиеся наибольшей популярностью среди представителей подросткового целевого сегмента активности Политехнического музея.

Первым форматом взаимодействия с детской и подростковой целевыми группами является «Университет детей». В университете функционируют четыре возрастных группы: «Энергия» (для детей 7—8 лет), «Импульс» (для детей 9—10 лет), «Динамика» (для детей 11—12 лет), «Векторы» (для подростков 13—14 лет). Обучение в «Университете детей» подразумевает покупку годового или полугодового абонемента для посещения занятий. Занятия построены по принципу детского лектория, в котором ученые рассказывают о сложном просто и увлекательно. В «Университете детей» проходят занятия по нейробиологии, анатомии, генетике, физике, экономике, архитектуре, антропологии, географии, истории музыки и многим другим дисциплинам.

Вторым форматом взаимодействия выступает СКВТ. Проект СКВТ был запущен в 2014 г. как экспериментальная музейная программа для подростков, стремящихся не только познакомиться с деятельностью

Политехнического музея, но и развить навыки проектной деятельности. СКВТ — это пространство на ВДНХ, объединяющее талантливых подростков, занимающихся совместным творчеством. Программа подразумевает встречи, обсуждения, семинары для тех, кому интересно придумывать и реализовывать свои идеи.

Третий интерактивный формат — научный лагерь Политеха. В лагере подростки пробуют себя в разных научных сферах. В течение двух недель участники лагеря под руководством вожатых, среди которых есть ученые из разных научных областей, создают собственные проекты, учатся работать в команде.

Для выявления инсайтов представителей целевых сегментов в 2018 г. были проведены фокус-группы, в ходе которых модератор обсуждал с детьми (школьники 9—10 лет), подростками (13—15 лет) и их родителями отношение к музеям, в частности, к Политехническому музею.

В результате фокус-группового исследования выявлено, что все участники дискуссий знают Политехнический музей. Главные конкуренты Политехнического музея — «Экспериментаниум», Московский планетарий, музей космонавтики. Родители доверяют имиджу Политехнического музея, хорошо известного им еще с детства, и готовы водить детей на обучающие программы, но расположение центров музея не очень удобно. Родителям приятно осознавать, что их дети готовы оторваться от компьютера ради похода в музей.

Подросткам интересно в музее все интерактивное: эксперименты, визуализация физических реакций, наблюдение результатов химических реакций, геймифицированные выставки, необычные экспонаты, интересные образовательные курсы.

Для родителей важно, что дети проводят свой досуг с пользой, а также то, что Политехнический музей помогает профорientации их детей, можно увидеть, есть ли у ребенка интерес к биологии, физике, химии.

На основе проведенного исследования для Политехнического музея можно предложить следующие со-creation активности для вовлечения детей и подростков.

Во-первых, интерактивные мастер-классы по построению механизмов, действующих на основе цепной реакции. В последнее время все большую популярность приобретают мастер-классы, в рамках которых дети и подростки могут собрать механизм из нескольких составляющих, а затем привести его в действие, вызвав цепную реакцию. Подобные цепи можно строить из различных предметов.

Во-вторых, DIY-экспозиции. Экспонаты создаются совместно с посетителями во время специальных мастер-классов, после чего собираются в экспозиции и выставляются в отдельных залах музея.

В-третьих, детские лектории. Подростки предлагают интересную тему и формат мероприятия, готовят материал и читают лекцию вместе с преподавателями Политехнического музея. Подросткам, создавшим лекцию, предлагаются подарки от Политехнического музея в качестве вознаграждения.

В-четвертых, геймификация старых экспозиций. Геймификация подразумевает добавление интерактивных элементов в знакомые экскурсионные маршруты, чтобы к старым коллекциям привлечь внимание представителей целевых сегментов.

В-пятых, участие музея в городских фестивалях. Участие в сезонных городских фестивалях, проведение во время фестивалей показательных мастер-классов и технических конкурсов позволит повысить узнаваемость музея среди новых целевых групп, увеличить поток посетителей.

### **Список литературы**

1. Дубин Б. В. Очерки по социологии культуры. Избранное. М. : Новое литературное обозрение, 2017. 912 с.
2. Колесникова А. Г., Матецкая А. В., Самыгин С. И. Социология культуры. М. : КноРус, 2017. 248 с.
3. Майстровская М. Т. Музей как объект культуры. Искусство экспозиционного ансамбля. М. : Прогресс-Традиция, 2016. 672 с.
4. Саймон Н. Партиципаторный музей. М. : Ад Маргинем Пресс, 2017. 368 с.
5. Сибрук Д. Nobrow. Культура маркетинга. Маркетинг культуры. М. : Ад Маргинем, 2017. 204 с.
6. Тульчинский Г. Л., Шекова Е. Л. Маркетинг в сфере культуры. М. : Лань, 2009. 496 с.
7. Шекова Е. Л. Управление учреждениями культуры в современных условиях. М. : Лань, 2014. 416 с.
8. Шляхтина Л. М. Основы музейного дела. Теория и практика. М. : Лань, 2017. 246 с.

## Социология образа жизни

**Ж. Т. Тощенко**

### СМЫСЛ ЖИЗНИ — ОПЫТ ИНТЕРПРЕТАЦИИ С ПОЗИЦИЙ СОЦИОЛОГИИ

*ТОЩЕНКО Жан Терентьевич — член-корреспондент РАН, зав. кафедрой теории и истории социологии РГГУ, главный научный сотрудник Института социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия  
E-MAIL: zhantosch@mail.ru*

**Аннотация.** Теоретико-методологической основой анализа жизненного мира выступает концепция социологии жизни, которая исходными, базовыми понятиями описывает общественное сознание, поведение (деятельность) и объективные условия (макро-, мезо- и микромир). Такой подход позволяет раскрыть палитру общественной (публичной) и личной (приватной) жизни людей. Особое внимание уделяется обоснованию и необходимости применения в социологических исследованиях понятия «смысл жизни», трактуемого как цели-принципы, которыми руководствуется человек (осознанно или стихийно) в своей повседневной жизни. Согласно этим теоретико-методологическим основаниям, главные смыслы жизни находят отражение в основных ценностных ориентациях и соответствующей мотивации, что в конечном счете замыкается на обобщающий смысл — стремление к социальной справедливости, которая касается специфики жизни россиян как граждан (уровень общества), как жителей (уровень поселения), как индивидов (уровень непосредственно окружения).

**Ключевые слова:** методология социологии, смысл жизни, феномен, ноумен, общественное мнение

Социологическая мысль требует постоянного совершенствования, обновления, выработки и обоснования творческих подходов и решений. Социология, как и любая другая наука, остро нуждается в поиске новых понятий, новых методов познания.

Одной из таких новых потребностей подходов для социологии стало осмысление понятия «смысл жизни». Отметим, что смысл, трактовка его сущности и содержания широко используется в философии, особенно

в логике, в психологии, в лингвистике [Гуссерль, 2013; Леонтьев, 1999; Чудновский, 2015; Щюц, 2004]. Но их понимание смысла имеет свою специфическую трактовку, которая в значительной степени связана с формально-логическими конструкциями и далеко не всегда имеет выход на реальную жизнь.

Попытки обосновать возможность использования понятия «смысл» в социологии уже предпринимались отдельными социологами, среди которых можно отметить монографию Дж. Александера, опубликованную на русском языке в 2013 г. Но она обращена скорее к поискам резервов для обогащения нашего знания в области культуры, духовной жизни. Поэтому социологическая трактовка этого понятия и его роли в анализе жизненного мира с позиций теоретической концепции «социология жизни» позволила осуществить анализ этого ноумена не в традициях формальной логики, а в применении к тем конкретным проблемам, которые волнуют социолога — социальной реальности, ее основным направлениям развития, ее противоречиям и особенностям в контексте этнонациональных, территориальных, поселенческих и страновых различий. На наш взгляд, смысл жизни выступает определяющей, основной характеристикой жизненного мира каждого человека, социальной группы, общности и общества в целом. Смысл жизни может меняться в зависимости от области его функционирования — в экономике, политике, социальной и духовной сферы [Резник, 2018].

Так как идеи интерпретации смысла складывались в науке постепенно, следует уделить большое внимание генезису идей об этом понятии, в том числе и тому, что происходило в смежных социальных и гуманитарных науках. Но основного внимания требует социологическое понимание не смысла вообще, а смысла жизни, и не во все времена истории, а в современной российской реальности. На основе анализа теоретических поисков в отечественной и зарубежной литературе, обобщения опыта эмпирических исследований мы можем определить сущность, содержание и структуру смысла жизни, предложить возможную его классификацию [Тощенко, 2016]. Основными смыслами жизни россиян на современном этапе является их ориентация на достижение социальной справедливости, на достижение личной безопасности и социальной защищенности, а также на их небезразличное мнение — в каком государстве, в каком обществе они хотели бы жить.

Настаивая на том, чтобы социология обратилась к такому понятию, как смысл жизни [Абульханова-Славская, 1991], следует подчеркнуть,

что его использование в научных исследованиях и разработках ставит перед социологами сложные и непростые методолого-методические задачи — как выявить, как измерить, какие индикаторы использовать, чтобы вскрыть глубинные причины происходящих изменений в сознании и поведении людей? И здесь выявляется определенная ограниченность как количественных, так и качественных методов исследований. В этой ситуации речь идет не о том, чтобы их отвергнуть и не использовать, а какими еще инструментами познания их обогатить, чтобы выйти на понимание мотивов и интересов людей, олицетворяющих суть их жизни. Исходя из этого, логично предложить применения такого понятия, как смысл жизни, которое, несомненно, обогатит наше представление, нашу интерпретацию и операционализацию социальной реальности. На наш взгляд, всем социологам, особенно начинающим путь в нашей науке, следует обратить внимание на новые возможности познания социальной реальности в связи с использованием понятия «смысл», что позволит более глубоко и более обстоятельно не только описать, но и объяснить происходящие в обществе изменения.

### **Список литературы**

1. Абульханова-Славская К. А. Стратегия жизни. М. : Наука, 1991.
2. Гуссерль Э. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология. СПб., 2013.
3. Леонтьев Д. А. Психология смысла. М. : ИП РАН, 1999.
4. Резник Ю. М. Мир жизни человека (событийный подход). М. : ИФ РАН, 2018.
5. Тощенко Ж. Т. Социология жизни. М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2016.
6. Чудновский С. А. Горизонты смыслов. Философские интерпретации отечественной литературы XIX—XX вв. М., 2015.
7. Шюц А. Избранное: мир, освященный смыслом / сост. и пер. Н. М. Смирновой. М. : Канон, 2004.

**А. А. Базилян**

## **КОЛИВИНГИ КАК СОВРЕМЕННЫЙ ФОРМАТ ЖИЛЬЯ В РОССИИ**

*БАСИЛЯН Армина Артуровна — исследователь, Московская высшая школа социальных и экономических наук, Москва, Россия*

*E-MAIL: Arm82@yandex.ru*

**Аннотация.** Работа посвящена изучению культуры совместного проживания. В отличие от недалекого прошлого, когда проживание в коммунах или коммунальных квартирах мало зависело от предпочтений и потребностей жильцов — как новых, так и имеющих, — коливинг (совместное проживание) представляет собой феномен добровольного объединения людей по интересам. В каждом случае коливинг имеет свои особенности, свою внутреннюю культуру и порядки, сложившееся понятие «своего» человека, но тем не менее удалось выявить черты, характерные для коливингов в целом. Главной центробежной силой коливинга является чувство общности, которого так не хватает преимущественно в крупных городах, поэтому основная масса коливингов располагается в мегаполисах. Интервью с основателями/жильцами были проведены по всем найденным до января 2019 г. коливингам, где период совместного проживания в постоянной компании был минимум от полугода. Фильтр по периоду совместного проживания был введен для отсева хостелов, которые близки к коливингам по внешнему признаку, но ими не являются, так как хостелы — средоточие стихийно поселившихся людей, а коливинг — результат осознанного выбора соседства. По результатам анализа интервью была предпринята первая попытка классифицировать коливинги по признаку качества внутренней культуры.

**Ключевые слова:** совместное проживание, культура совместной жизни, sharing economy, совместная экономика, коливинг, кохаузинг, колайфинг, классификация коливингов, коммунальная квартира, коммуна

Общее пространство может быть бесконечно широким и иметь размытые границы, а может быть в узко обозначенных пределах, например, в пределах коммунальной квартиры. Чем оно интересно, так это тем, что

само пространство рождает интересные побочные феномены, когда там селятся люди: единение, атмосферу, групповое чувство, чувство семьи, коммуны, социальный капитал. Эти явления трудноизмеримы, так как у каждого чувство единения свое; это субъективные феномены, поэтому напрямую их трудно измерить какими-то количественными методами, но зато можно описать качественные характеристики. По мере такого качественного описания моделей коливингов в России будет предпринята попытка дать количественные данные, которые не напрямую, но косвенно могут охарактеризовать этот феномен.

Исследование посвящено изучению коливингов (другие названия — кохаузинг, колайфинг и т. п.) с целью описать модели и выявить некие культурные феномены, присущие именно коливингам России, то есть изучить культуру совместного проживания. Отметим, что коливинги в России не имеют таких размеров, как в Европе, и они институционально не оформлены, а возникают по непроектируемому путем — где-то совсем стихийно, где-то более-менее осознанно и проектируемо.

Коливинг как сообщество изначально объединяет людей по ценностям и в дальнейшем, как и любое сообщество, развивает идентификацию своих членов с собой. Это одно из средств конструирования сообществ по П. Берку [Берк, 2015]. Стоит отметить, что коливинги — это вместилище представителей поколения Y, потому что именно им свойственна высокая мобильность, в то время как материальные ценности и ответственность не так важны [Зайцева, 2015], а важны более впечатления от жизни, гармоничные отношения и комфорт. Они же часто практикуют удаленную занятость. В силу таких ценностей они и являются первыми потребителями шеринговых сервисов, например, им не обязательно иметь автомобиль, чтобы добираться до нужных мест, и так далее.

В целях исследования были организованы интервью, в рамках которых основателей, управленцев или просто жителей просили рассказать о причинах, приведших в коливинг, о жизни и укладе в нем. На основе полученной информации созданы краткие сводки по каждому коливингу, а затем сделана попытка свести всю информацию и найти типичное и нетипичное и вывести классификацию.

## **Коливинги в современной России**

### **1. Коливинг <sup>3</sup>/<sub>4</sub>.**

Находится рядом с Мариинским театром в Санкт-Петербурге. Классифицирован как «стихийное общество».

Это две коммунальные квартиры, одна над другой (3 и 4 этажи, соединенные лестницей между собой). В каждой квартире по 8 комнат и есть общая комната и большая кухня. Есть общий чат для коммуны. Сейчас живет 30—40 человек, в комнатах по 1—2 человека. Жильцы подрабатывают, фрилансят. Только одна комната закрывается на ключ. Идеолог Даша Селедкина уехала, и коммуна осталась жить просто так — было трудно, так как у людей не было сознательности, возникали проблемы, пришлось выработать регуляторные механизмы.

Правила: пить гостям запрещено; все, что происходит в пространстве, обсуждается с жителями; в комнату нужно стучать перед входом.

Неформальное правило: готовить на всех. Вся еда общая (ребята забирают еду из кафе и продуктовых магазинов, а иногда и еду с торцов крупных сетевых магазинов и приносят в квартиру). Конфликты решаются на еженедельном собрании: все говорят открыто, не скрывают проблем.

Стихийное управление общими деньгами (это донейшн с мероприятий) и уборкой. Мероприятия организуются. Отбора в коливинг нет.

2. Blue House на ул. Поклоногорской в Санкт-Петербурге (Деревня художников). Классифицирован как «семья».

Коливинг существует 6 лет, период проживания в среднем — 2 года. Живет 15 человек по два-три человека в комнате. Дом имеет сад, беседку. Двери все без замков.

Отбор есть: смотрят страницу в соцсети, потом встреча и обсуждение впечатления по типу «свой — не свой».

Правила: принимать друг друга такими, какие есть, быть открытыми и общительными, готовность отдавать. Неформальные правила: общий стол, делиться с соседом. Собрание по мере накопления вопросов, голосование.

Уборка: каждый дежурит по три дня на общей территории и потом передает дежурство.

3. Early Birds на Большой Морской в Санкт-Петербурге (с 2016 г.). Классифицирован как «лидерская квартира».

Есть идеолог, он проводит личный отбор и живет в коливинге. Есть чат для коммуникации. Есть малые общие зоны и большая кухня. Еда у каждого своя (боксы в холодильнике), идеолог часто готовит на всех. На уборку собирают деньги по 150 р. с человека.

Правила: минимальное проживание 3 месяца. Неформальное правило: все на уровне комфорта соседа, последнее слово за идеологом, иметь

чувство юмора и воспринимать сарказм, убирать за собой. Мероприятия проводятся.

Отзывы жильцов: важно, что чисто и в центре и есть контроль со стороны идеолога (не селят первого встречного).

4. Дом на Среднем в Санкт-Петербурге ([https://vk.com/dom\\_sredny](https://vk.com/dom_sredny)). С 2000 года.

От интервью отказались, информация получена из открытых источников. Классифицирован как «вместе навсегда».

Первопроходец совместного жилья. Вскладчину жители выкупили квартиру. Проводят образовательные мастер-классы. Жители все заработанное сдают экономке, она ведет хозяйство и все закупает. Совместное воспитание детей и еда.

Запрещены алкоголь и наркотики, личные деньги (все деньги сдают экономке). Неформальное правило: корзина для обмена вещами.

Создали «Метаверситет» — образовательную среду, в которой обучаются «специалисты-практики в области наук о человеке». Проект готовит педагогов-новаторов, журналистов и урбанистов, а заодно объединяет поколения.

5. Дом на 18 линии Васильевского острова в Санкт-Петербурге.

Классифицирован как «закрытая сеть для своих».

Колинвингу 7 лет. 5 жильцов, 3 комнаты и 1 комната для мероприятий. Планируется расширение. Часть сети, корни от Дома на Среднем. В сети еще есть Нора на 11 линии и Малый дом на Большом. Изначально все познакомились в Доме на Среднем, где проводились образовательные семинары, и затем создали свои дома. Все жители Дома на 18 линии работают в Метаверситете. Одна ценностная система: открытые двери, гостей любим, поиск человеческого образа жизни.

Отбор есть: смотрят на кандидата и высказывают мнение. Им важно, чтобы «все было по любви» (дословное цитирование). Неформальные правила: нет личных комнат, поэтому в двери не стучат; спальное место — это личное пространство, а комнаты общие; если приглашают гостей, то спрашивают у всех; если хочется привести шумную компанию, предупреждают заранее.

Есть чат для общения. Еда общая: есть договор, что каждый в месяц тратит на еду 4—5 тыс. рублей. Мероприятия проводятся.

6. Дом (Яковлевский переулок в Санкт-Петербурге). Переходная форма из хостела в коливинг.

Существует в 2013 г. Длинный коридор с 22 комнатами. Испытательный срок — 1 месяц, затем публичное обсуждение. Отбора нет.

Есть небольшая кухня и большой зал. Живет 30 человек. Дежурят раз в неделю. Решение конфликтов по мере необходимости на собрании.

Ведется раздельный сбор стекла, картона, железа и пластика. Есть общий чат. Нет идеологии, есть индивидуалисты и эгоисты, атмосфера не семейная. Высокая текучка жителей.

Неформальные правила: уважение, бережность к сожителям, открытость к общению, не шуметь после 23.00. Еда есть общая (общие закупки раз в месяц, 900 р. с человека на общие продукты, ремонт и хоз. принадлежности) и индивидуальная.

Правила: если приглашаешь кого-то в гости, можно не сообщать, а если с ночевкой — то сообщать в чат. Можно пригласить любого человека на 3 дня, заранее предупредив.

7. Мастерская 14 в Казани. Классифицирована как «открытый двор по интересам».

Существует с 2011 года. Коттедж рассчитан на 8—10 человек. Принимают автостопщиков-музыкантов. Музыка в доме круглосуточно. В подвале мастерская, из которой «вышло» несколько групп и музыкантов (например, «Сказки ямайского леса». «Trip Wheels» и световой театр «Театр PsyLight»).

Чистоту поддерживает единственный житель женского пола по своей инициативе. Можно пожить 3 дня бесплатно, а потом нужно вносить деньги или участвовать в жизни дома трудом. Есть идеолог.

Первый год существовал как дом для развлечений, а с 2014 г. ввели правила: без алкоголя/наркотиков и отбор (проверяют страницу в социальной сети, смотрят на человека и принимают решение, принять или нет). Есть чат для общения.

8. Раксиом в Казани на ул. Костина (Большие Клыки). Классифицирован как «семья».

Существует с 2017 г. Это коттедж, где можно снять комнату. 8 комнат, живет 11 человек. Рядом река, лес и родник.

Основатели любили фестивали и хотели, чтобы фестивали продолжались круглый год, поэтому создали коливинг. Правила возникали по мере

фиксации проблем, которые стали возникать с появлением людей со стороны (проблемы появились на бытовой, этнической и религиозной почве).

Основной контингент — художники и фрилансеры.

Официальные критерии отбора: веган, вегетарианец; ЗОЖ; без детей; быть готовым, что внешние люди будут приходить на мероприятия; убирать за собой на кухне, как только поели; после 23.00 не шуметь; никакого алкоголя; в понедельник на всех жителей делятся общие зоны коттеджа, и все убираются. Если не хочется убираться, то следует заплатить 200 р. другому человеку, который уберется за тебя. Неформальные правила: это место для творческих, осознанных людей; решения принимаются лидером, а лидер — это самый компетентный человек. Пробовали модель демократии, коллегиальных решений, но это не прижилось, потому что не могли договориться, слишком большой разброс мнений, все затягивалось. Поэтому демократию отменили.

Испытательный срок — 1 месяц. Мероприятия проводятся. Есть чат для общения.

9. Сеть «Квартиры друзей» (Санкт-Петербург, Москва, Казань, Н. Новгород, Екатеринбург и Тбилиси). Классифицирована как «сеть коливингов».

Существует с 2015 г. 16 в Санкт-Петербурге, 11 в Казани, 3 в Москве (один веганский) и по одному коливингу в других городах.

Правила: без алкоголя и наркотиков; не шуметь после 22.00; быть «за» мероприятия; не устанавливать замки на дверь; минимальный срок проживания — 4 месяца.

Отбор есть: общение с основателем или его представителями в городах. Новый жилец должен быть социальным и он должен иметь увлечения. Каждая квартира имеет куратора, который решает текущие вопросы. Есть общий чат для каждой квартиры и для города. Мероприятия проводятся не в каждой, а только во флагманских квартирах.

Основатель сети провел опрос о том, порекомендуют ли жители коливинг друзьям, участвовало 60 человек из разных городов. Средний балл — был 9,1 из 10, что свидетельствует о высокой лояльности.

Здесь встретился уникальный случай: девушка имеет свою квартиру в Санкт-Петербурге, но ей там скучно, и поэтому она приехала жить в коливинг.

По результатам интервью определены следующие виды коливингов в рассматриваемых городах:

- «семья»: личный отбор при возникновении симпатии;
- «открытый двор по интересам»: принимают всех, а отбирают потом;

— «закрытая сеть для своих»: сеть увлеченных образованием людей, работают в одной отрасли (коллеги);

— «лидерский коливинг»: вся атмосфера держится на подходе лидера, и коливинг приобретает колорит, присущий лидеру (например, веганские коливинги);

— «стихийное общество»: «общество тех, кто живет, но не разделяет или не принимает привычки и особенности соседей, есть неприязнь и недобрососедские отношения, основной привязывающий фактор — экономический (очень дешевое жилье);

— «вместе навсегда»: уникальное явление — покупка квартиры вскладчину.

Обнаружена также переходная форма от хостела к коливингу (уникальный случай). Не меньший интерес представляют другие проекты, участники которых отказались от интервью, но по результату анализа публичной информации попадают в категории:

— «семья» (Триглинки, Уютное гнездышко, Дзынь);

— «сеть» (Colivium, Инсайт Хаус);

— «лидерский» (Анахата, Книжный бар, Солнечный дом).

Сложность классификации коливингов заключается в том, что практически каждый сочетает в себе характеристики, присущие другим видам коливингов. Решение об отнесении конкретного коливинга к тому или иному виду принималось с учетом преобладающих характеристик. Наиболее дискуссионным оказывался вид «лидерский коливинг», так как у таких коливингов обычно есть «специализация» (йога, вегетарианство), и поэтому их легко отнести в отдельную группу «семья». Но отличие лидерского в том, что роль лидера системообразующая.

Коливинги в России небольшие по численности. Причины могут быть разными — от отсутствия лидера и идеологии до ограниченности помещений, но пока ситуация именно такова, и изучение причин — предмет другого исследования. Самый большой коливинг из изученных демонстрирует отсутствие атмосферы и сплоченности, многих там держит экономический фактор. Пока в России хорошую атмосферу и порядок можно найти только в малых коливингах.

## Список литературы

1. Берк П. Что такое культуральная история? / пер. с англ. И. Полонской ; под науч.ред. А. Лазарева ; Нац.исслед.ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. Дом Высшей школы экономики, 2015.

2. Зайцева Н. А. Теория поколений: мы разные или одинаковые? Российские регионы: взгляд в будущее, 2015.

**В. А. Рудаков**

## **ИССЛЕДОВАНИЕ ИЗМЕНЕНИЙ ЧИТАТЕЛЬСКОГО ИНТЕРЕСА У ШКОЛЬНИКОВ (НА ПРИМЕРЕ ХАНТЫ-МАНСЙСКОГО АВТОНОМНОГО ОКРУГА — ЮГРЫ)**

*РУДАКОВ Владимир Аркадьевич — кандидат педагогических наук, инженер-исследователь, Обско-угорский институт прикладных исследований и разработок, Ханты-Мансийск, Россия  
E-MAIL: rva54may@yandex.ru*

**Аннотация.** Чтение молодежи претерпевает изменения в условиях цифровизации и интернетизации информационного пространства. В докладе представлены результаты анкетирования школьников Югры по выявлению отношения современной молодежи к чтению книг, читательского интереса в аспектах возрастных и гендерных различий, показаны любимые авторы и жанры обучающихся, дан сравнительный анализ результатов исследований, проведенных в 2015 и 2017 гг. Результаты исследования по выявлению изменений читательских предпочтений школьников могут помочь педагогам в понимании новых практик чтения молодежи в меняющемся мире.

**Ключевые слова:** анкетирование, респонденты, чтение, интерес, гендерные различия, возрастные различия

Писатели в России всегда были властителями умов грамотных людей, а книги оказывали мощное, неоспоримое воздействие на формирование мировоззрения и воспитание молодых людей. Многочисленные опросы, проведенные в России социологическими службами (ВЦИОМ, «Левада-центром», ФОМ), свидетельствуют о снижении интереса к чтению у взрослых и детей. Опрос в 2015 г., когда в России был объявлен Год литературы, показал: 65 % респондентов считают, что читают сейчас меньше, чем 10—15 лет назад [Год литературы и чтение, 2015].

Многие ученые и учителя-практики рассматривают чтение как процесс, влияющий на когнитивное и духовно-нравственное развитие личности [Галактионова, 2006: 177—190, Бородина, 2008: 18—23]. Поэтому так важно знать, что читают обучающиеся, какие приоритеты имеют в выборе авторов и жанров, роль различных факторов в про-

цессе формирования культуры чтения и специфические черты новой модели чтения.

С целью изучения отношения школьников Ханты-Мансийского автономного округа-Югры к чтению художественной литературы и выявления читательского интереса учащихся в рамках мониторинга мы провели в общеобразовательных учреждениях анкетирование учащихся 5—11-х классов: в октябре 2015 г. (655 человек) и в марте-апреле 2017 г. (3028 учащихся). Некоторые результаты исследования были опубликованы [Рудаков, 2018].

## Результаты

В содержании досуга у школьников в 2015 и 2017 гг. больших различий нет: наибольшее количество респондентов выбрали три позиции — заниматься спортом, проводить время в интернете и читать книги. По гендерному признаку выявлены следующие различия: мальчики значительно чаще девочек предпочитают играть в компьютерные игры, а девочки чаще мальчиков выбирают чтение книг, другие занятия — музыкой, танцами, рукоделием.

Многие исследователи отмечают «переселение» молодежи в интернет. По данным «Левада-центра» в 2012 и 2016 гг. доля лиц, регулярно пользующихся интернетом, составляла 60 % и 75 % соответственно. Самые активные интернет-пользователи — молодежь в возрасте 18—24 года (85 %) [Общественное мнение, 2016].

Наше исследование подтверждает всеобщее увлечение молодежи «всемирной паутиной» и показывает, что в интернете школьники чаще всего интересуются новостями (47 %) и записями в сообществах (42 %), при этом за два года доля последних значительно выросла (на 12 %). Незначительное количество обучающихся интересуются в интернете сайтами современных писателей, телепрограммами, журналами. Возрастные различия наиболее ярко проявляются в том, что школьники 5—7-х классов меньше, чем старшеклассники, проявляют себя в интернет-сообществах, на форумах и реже посещают тематические сайты. Вместе с тем они чаще старшеклассников интересуются компьютерными играми (табл. 1). Девочки значительно чаще мальчиков читают в интернете книги, информацию о фильмах и актерах, в то же время мальчиков больше, чем девочек, интересует информация о компьютерных играх и спорте, юмор.

Таким образом, мы отмечаем, что интернет стал важным источником информации для всех школьников, но интерес к различным видам информации меняется с возрастом.

**Таблица 1. В каком классе учишься? Что ты обычно читаешь в интернете?  
% выбора по классам и по всем респондентам (2015 и 2017 гг.)\***

Что ты обычно читаешь в интернете?	В каком классе учишься?															
	5 класс		6 класс		7 класс		8 класс		9 класс		10 класс		11 класс		ИТОГО:	
	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017
Новости	28,8	26,9	47,7	39,6	43,2	45,0	41,4	45,3	52,3	53,7	54,4	59,2	62,6	67,4	<b>47,5</b>	<b>47,7</b>
Телепрограммы	6,1	7,0	16,8	8,1	4,5	8,6	10,2	6,5	8,4	7,8	10,3	5,9	7,7	5,1	<b>9,5</b>	<b>7,1</b>
Информацию об известных личностях	12,1	13,6	10,3	19,7	19,3	23,2	21,1	24,1	21,5	28,0	32,4	30,5	25,3	30,8	<b>20,0</b>	<b>24,0</b>
Книги	27,3	19,9	25,2	19,7	17,0	25,2	23,4	26,0	32,7	31,4	26,5	40,5	31,9	39,1	<b>26,3</b>	<b>28,3</b>
Журналы	10,6	7,2	7,5	7,7	4,5	7,2	10,9	6,3	12,1	7,2	16,2	6,2	7,7	9,0	<b>9,8</b>	<b>7,3</b>
Записи на форумах	9,1	6,3	12,1	7,7	18,2	12,2	12,5	14,8	17,8	14,3	26,5	18,7	22,0	20,4	<b>16,5</b>	<b>13,2</b>
Записи в сообществах	18,2	23,1	29,9	33,8	20,5	43,5	28,9	45,6	33,6	46,5	38,2	51,4	42,9	55,8	<b>30,5</b>	<b>42,5</b>
Сайты, посвященные определенной теме	7,6	15,2	18,7	17,8	18,2	21,2	25,0	27,3	17,8	34,1	30,9	38,3	36,3	38,4	<b>22,3</b>	<b>27,0</b>
О компьютерных играх	25,8	19,9	14,0	22,5	22,7	22,5	19,5	23,2	15,9	20,0	8,8	14,6	18,7	14,4	<b>17,9</b>	<b>19,8</b>
О спорте	13,6	30,1	38,3	33,4	21,6	25,7	32,0	32,1	28,0	32,2	26,5	35,5	28,6	27,5	<b>28,1</b>	<b>30,8</b>
Юмор	18,2	36,4	35,5	41,8	25,0	40,1	23,4	38,6	29,0	43,4	27,9	38,9	28,6	38,0	<b>27,2</b>	<b>39,7</b>
О фильмах, актерах	7,6	18,5	25,2	25,5	20,5	31,5	30,5	39,9	34,6	46,3	29,4	44,5	33,0	45,1	<b>26,9</b>	<b>35,7</b>
Литературные сайты (о книгах, писателях и т.д.)	12,1	10,0	15,9	11,8	12,5	10,1	10,2	10,2	11,2	13,5	16,2	19,0	12,1	13,7	<b>12,7</b>	<b>12,4</b>
Сайты современных писателей	4,5	1,6	4,7	6,2	5,7	6,1	7,0	7,8	4,7	5,5	2,9	10,3	8,8	8,1	<b>5,6</b>	<b>6,4</b>
Энциклопедии	12,1	11,0	15,9	8,6	13,6	10,6	7,8	12,6	17,8	12,4	14,7	18,4	9,9	18,8	<b>13,0</b>	<b>12,9</b>
Не читаю, там мало интересного	6,1	4,4	2,8	2,8	2,3	2,5	4,7	2,6	2,8	1,1	0,0	1,6	0,0	0,9	<b>2,7</b>	<b>2,3</b>
Другое	0,0	7,0	4,7	4,9	3,4	6,1	3,1	4,6	1,9	2,3	1,5	2,2	5,5	2,8	<b>3,1</b>	<b>4,3</b>
ИТОГО:	224,2	258,2	325,2	311,6	273,9	341,2	311,7	367,5	342,1	399,6	363,2	435,8	381,3	435,2	320,0	361,5

\* Поскольку каждый опрошенный мог дать несколько ответов одновременно, сумма% в ИТОГО может быть больше 100%.

Респонденты ответили, что чтение для них — удовольствие и развлечение, каждый пятый школьник назвал чтение необходимостью, всего 5% рассматривают его как наказание. Тем самым подтвержден вывод, что нельзя заставить человека читать, если у него нет такой потребности.

Отношение школьников к чтению за два года существенно не изменилось: подавляющее большинство респондентов во всех классах ответили, что любят читать, но на это им не хватает времени. Мы отмечаем, что дефицит времени на чтение с возрастом растет, достигая максимума

к 10—11-м классам. Полагаем, что эти данные указывают на чрезмерную учебную загруженность учащихся. Больше половины респондентов (около 60 %) положительно относятся к чтению художественной литературы, примерно 47—49 % видят в чтении практическую пользу для учения. Каждый третий школьник читает только то, что необходимо для выполнения учебного задания или получения информации. На ненужность чтения указали всего 5 % респондентов (табл. 2).

**Таблица 2. Как ты относишься к чтению?  
% выбора по всем респондентам\***

<b>Как ты относишься к чтению?</b>	<b>2015 г.</b>	<b>2017 г.</b>
Не представляю жизнь без чтения	4,7	4,3
Мне нравится читать, я много читаю	17,3	14,2
Люблю читать, но не хватает времени	40,6	40,0
Читаю для выполнения задания только то, что необходимо для учебы	23,5	22,0
Иногда читаю что-нибудь легкое, чтобы развлечься	14,8	17,4
Читаю только для получения информации	10,7	9,6
Не люблю читать, скучное занятие	4,1	3,3
Чтение сейчас никому не нужно	1,2	0,9
Другое	2,3	2,5
<b>ИТОГО:</b>	<b>119,8</b>	<b>114,3</b>

\* Поскольку каждый опрошенный мог дать несколько ответов одновременно, сумма % в ИТОГО может быть больше 100 %.

Ответы на вопрос «Сколько книг в среднем ты читаешь в месяц (не по школьной программе)?» показали, что отмечается рост доли тех, кто читает три-четыре или больше четырех книг в месяц (на 2 %), а также пользователей аудиокниг и цифровых форматов (почти на 3 %). В то же время на 1,4 % сократилась доля школьников, совсем не читающих книг.

Школьники интересуются книгами различных жанров, исключение составляют мистика и ужасы. Жанровые предпочтения при чтении художественной литературы распределились следующим образом: первое место в рейтинге занимает фантастика, далее идут рассказы о путешествиях и приключениях, стихи и детективы. За два года среди любимых жанров существенно выросла доля детективов, книг о спорте, психологии, о сверстниках и современной жизни. В два раза снизилась доля тех, кто вообще не любит читать (табл. 3).

**Таблица 3. В каком классе учишься? Что тебе нравится читать?  
% выбора по классам и по всем респондентам (2015 и 2017 гг.)\***

Что тебе нравится читать? (можешь отметить любые нужные ответы из списка)	В каком классе учишься?															
	5 класс		6 класс		7 класс		8 класс		9 класс		10 класс		11 класс		ИТОГО:	
	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017	2015	2017
Стихи	30,3	29,0	28,0	35,3	23,9	32,4	34,4	31,7	23,4	33,5	38,2	37,4	30,8	31,9	<b>29,6</b>	<b>32,9</b>
Сказки	33,3	34,8	29,0	24,4	23,9	19,1	14,8	12,8	11,2	11,4	13,2	11,8	7,7	8,6	<b>18,5</b>	<b>17,7</b>
Рассказы о путешествиях и приключениях	36,4	38,1	46,7	38,1	26,1	37,8	33,6	33,0	35,5	34,3	25,0	41,4	24,2	36,6	<b>33,1</b>	<b>36,8</b>
Фантастику	42,4	53,5	60,7	59,1	51,1	61,0	48,4	59,2	51,4	54,3	55,9	55,8	41,8	55,1	<b>50,5</b>	<b>56,9</b>
О природе и животных	31,8	27,6	21,5	20,8	6,8	18,7	11,7	13,0	13,1	11,8	14,7	11,8	12,1	11,1	<b>15,3</b>	<b>16,5</b>
О профессии	10,6	7,0	4,7	6,6	4,5	4,7	8,6	7,4	10,3	10,7	7,4	10,3	5,5	10,6	<b>7,3</b>	<b>8,1</b>
Ужасы, мистика	-	0,7	-	0,6	-	0,2	-	0,7	-	0,8	-	1,2	-	2,1	-	<b>0,9</b>
О психологии	7,6	4,4	1,9	9,2	3,4	16,2	7,8	15,4	11,2	24,0	10,3	31,2	18,7	37,7	<b>8,5</b>	<b>19,2</b>
Детективы	16,7	24,8	9,3	29,3	10,2	28,6	15,6	31,2	20,6	32,0	19,1	36,1	34,1	35,6	<b>17,7</b>	<b>30,9</b>
О жизни замечательных людей	9,1	6,5	23,4	7,9	14,8	8,8	15,6	8,2	18,7	8,6	20,6	11,8	14,3	13,2	<b>16,9</b>	<b>9,2</b>
О спорте	18,2	27,1	10,3	27,8	9,1	22,7	10,9	25,2	12,1	20,6	11,8	26,8	9,9	17,4	<b>11,5</b>	<b>23,8</b>
О технике	7,6	13,3	18,7	14,8	11,4	13,7	14,1	18,0	11,2	17,1	16,2	14,6	12,1	13,9	<b>13,3</b>	<b>15,1</b>
О войне	12,1	21,0	15,0	20,8	18,2	20,9	14,8	26,2	15,9	25,9	16,2	22,4	17,6	23,6	<b>15,7</b>	<b>23,1</b>
О космосе	9,1	16,6	27,1	16,5	15,9	16,2	14,1	18,4	16,8	17,3	13,2	18,1	17,6	16,4	<b>16,8</b>	<b>17,0</b>
Русская классика	4,5	4,9	10,3	6,9	4,5	10,6	14,1	12,8	14,0	17,5	13,2	22,1	22,0	25,0	<b>12,2</b>	<b>13,9</b>
Зарубежная классика	6,1	6,8	12,1	7,5	8,0	11,7	13,3	12,4	16,8	21,1	16,2	27,4	25,3	34,5	<b>14,2</b>	<b>16,8</b>
Модные романы	6,1	6,1	10,3	9,0	11,4	10,8	7,8	12,8	11,2	14,1	19,1	14,6	20,9	15,3	<b>12,1</b>	<b>11,7</b>
О сверстниках, о дружбе	9,1	13,8	13,1	18,8	13,6	23,4	12,5	23,2	8,4	20,6	10,3	22,7	14,3	21,1	<b>11,8</b>	<b>20,5</b>
О современной жизни	6,1	18,5	19,6	24,4	17,0	25,5	21,1	28,0	24,3	30,7	17,6	30,8	20,9	29,6	<b>18,9</b>	<b>26,7</b>
Другое	6,1	1,2	15,9	2,6	4,5	2,0	14,8	2,2	8,4	2,9	10,3	3,1	13,2	3,7	<b>11,0</b>	<b>2,5</b>
Вообще не люблю читать книги	1,5	1,2	1,9	1,7	5,7	2,9	2,3	3,5	5,6	1,7	4,4	1,2	5,5	0,9	<b>3,8</b>	<b>1,9</b>
ИТОГО:	307,6	356,8	379,4	382,2	284,1	388,3	332,0	395,2	340,2	410,9	352,9	453,0	369,2	444,0	<b>339,5</b>	<b>402,3</b>

\* Поскольку каждый опрошенный мог дать несколько ответов одновременно, сумма% в ИТОГО может быть больше 100%.

Интересы школьников к различным жанрам меняются по мере их взросления, с 5 по 11 класс отмечается: снижение доли сказок (с 33% до 8%), книг о природе и животных (на 12%); рост интереса к произведениям о современной жизни, о психологии, к русской и зарубежной классике. Во всех классах примерно одинаков интерес к фантастике, стихам, книгам о войне и технике. Гендерные различия наиболее ярко проявляются в том, что девочки и девушки отдают предпочтение модным романам, а также книгам о современной жизни, русской и зарубежной

классики, стихам. Мальчики чаще девочек выбирают книги о технике, войне, спорте и космосе.

Интерес к журналам значительно ниже, чем к книгам: не читают журналы один из десяти респондентов. Тематические интересы у мальчиков и девочек различаются, как и при выборе книги: девочки предпочитают «глянцевые» журналы, а мальчики — автомобильные и спортивные.

Существенную роль в понимании художественного произведения и расширении читательского кругозора играет обсуждение прочитанной книги. Это важно и с позиции формирования грамотной, развернутой, аргументированной речи обучающегося. Школьники обсуждают прочитанную книгу в первую очередь с друзьями и сверстниками. За два года отмечается снижение роли родителей и учителей в обсуждении книг, прочитанных подростками. В то же время выросла доля респондентов (с 28,2% до 33,9%), ни с кем не обсуждающих прочитанные произведения.

Среди любимых авторов во всех возрастных группах безоговорочный лидер — А.С. Пушкин, что можно объяснить тем, что его произведения изучаются по школьной программе на уроках литературы во всех классах. Среди любимых школьниками книг предпочтение отдано российским авторам, в том числе классической литературе (31%), изучаемой на уроках. Далее в рейтинге любимых следующие жанры: фэнтези, социально-психологический роман, приключения, детская литература.

Мы отмечаем, что читаемая школьниками художественная литература в основном отражает требования педагогов при прохождении учебной программы. Вместе с тем некоторая часть прочитываемых произведений (преимущественно зарубежных авторов) отвечает психологическим запросам подростков в эмоциональности, переживаниях, преодолении преград в процессах социализации и самопознания — Джон Грин, Джоан Роулинг, Стэйс Крамер, Рэй Брэдбери, Джоджо Мойес, Джек Лондон и др.

Роль родителей в выборе книги для чтения своего ребенка остается низкой. Доля школьников, давших ответ, что родители им помогают в этом выборе, составляет 35—36%.

Необходимую информацию школьники получают в основном из интернета (68%), при этом роль интернета вырастает по мере взросления школьников с 5 по 11 класс.

## **Обобщение и заключение**

Отношение школьников к чтению за два года не изменилось: подавляющее большинство респондентов любят читать, но на это им не хватает

времени. Чтение книг одинаково востребовано у школьников различного возраста. В основном им нравится читать фантастику, стихи, рассказы о путешествиях и приключениях, детективы. Чтению книг о войне, спорте и технике предпочтение отдают мальчики. Девочки и девушки предпочитают стихи, книги о современной жизни, о сверстниках и модные романы.

Среди любимых авторов и произведений преобладают российские, при этом подавляющее большинство из них изучаются на уроках литературы и относятся к русской классической литературе. Таким образом, роль уроков литературы чрезвычайно значима в формировании у школьников интереса к чтению.

Интернетом учащиеся пользуются активно, но книги в интернете читает один из четырех. Около половины респондентов в интернете читают новости, каждый третий — записи в сообществах.

Родители мало влияют на выбор книги. Одной из важнейших проблем современных обучающихся является поверхностное, неререфлективное чтение: растет доля респондентов ни с кем не обсуждающих прочитанные книги.

Электронная книга является новым средством культурной коммуникации, но она пока не вытесняет бумажный аналог в школьной среде.

В помощь учителям Обско-угорский институт прикладных исследований и разработок издал монографию, содержащую методический опыт формирования у школьников потребности к чтению [Семенов, 2018].

## Список литературы

1. Галактионова Т. Г. Чтение школьников как социально-педагогический феномен открытого образования: проблемы исследования // Известия РГПУ им. А. И. Герцена, 2006. № 6 (14). С. 177—190.
2. Бородина В. А. Психологические методы в изучении читательского развития // Библиосфера, 2008. № 2. С. 18—23.
3. Общественное мнение — 2016. Ежегодник // Левада-Центр. URL: <https://www.levada.ru/sbornik-obshhestvennoe-mnenie/obshhestvennoe-mnenie-2016/> (дата обращения: 16.01.2019).
4. Год литературы и чтение. В России — Год литературы. Станут ли люди больше читать? // ФОМ. URL: <https://fom.ru/kultura-i-dosug/12272> (дата обращения: 16.01.2019).
5. Любимые книги: что читают россияне? // ВЦИОМ. Пресс-выпуск № 3776. URL: <https://infographics.wciom.ru/theme-archive/society/religion-lifestyle/culture/article/ljubimye-knigi-chto-chitajut-rossijane.html> (дата обращения: 16.01.2019).

6. Рудаков В. А. Читательские интересы школьников Югры // Педагогические и социологические аспекты образования: Материалы Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 25 апреля 2018 г., ФГБОУ ВО «Чувашский государственный университет им. И. Н. Ульянова» / ред.: Абрамова Л. А., Поверинов И. Е., Семенова С. Ю. Чебоксары : ООО Издат. Дом «Среда», 2018. 428 с. С. 350—352.
7. Рудаков В. А. Результаты исследования читательских интересов школьников из числа коренных малочисленных народов Югры // Вестник угроведения. 2018. Т. 8. № 3. С. 586—595
8. Рудаков В. А. Изменения читательских интересов у школьников Югры (результаты мониторинга) [Текст] / Вестник Сургутского государственного педагогического университета, 2018. № 5 (56). С. 79—93
9. Семенов А. Н. О чтении, с пристрастием и без... : монография / Обско-угорский институт прикладных исследований и разработок. Ханты-Мансийск : ООО «Печатный мир г. Ханты-Мансийск», 2018. 150 с.

**Я. В. Дидковская**

## **РАБОТАЮЩАЯ МОЛОДЕЖЬ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ РЕГИОНОВ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ РЕАЛИЗАЦИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА**

*ДИДКОВСКАЯ Яна Викторовна — доктор социологических наук, профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина, Екатеринбург, Россия*  
E-MAIL: diyana@yandex.ru  
ORCID: 0000-0001-9525-9514

**Аннотация.** Актуальность исследования обусловлена необходимостью представления о возможностях молодежи реализовать свой потенциал в условиях модернизирующихся российских регионов, а также о готовности самой молодежи к восприятию, внедрению и созданию инноваций.

Статья базируется на результатах социологического исследования молодежи, занятой на промышленных предприятиях шести крупных индустриальных регионов России. Использована целевая квотная выборка ( $N = 1050$ ). Исследование охватило предприятия высокотехнологичных отраслей экономики — машиностроения, транспорта, авиастроения, металлургии, ракетостроения, информационных технологий и связи.

Результаты исследования выявили определенную проблему: для молодежи более характерна деятельность, связанная с освоением и внедрением уже готовых инноваций, повышением своего образовательного или профессионально-квалификационного уровня, тогда как активность по разработке и представлению своих идей и проектов существенно ниже.

Исследование не выявило существенных межрегиональных различий в реализации молодыми работниками своего инновационного потенциала, тем не менее в регионах с более высокими показателями индексов инновационного развития активность молодежи по разработке и продвижению своих проектов несколько выше.

Исследование показало, что у существенной части молодежи есть творческие идеи или проекты, которые они хотели бы реализовать в сфере

производства и инженерии. Это говорит о наличии креативного и инновационного потенциала у молодых работников предприятий.

Исследование зафиксировало низкую оценку молодежью возможностей для развития и реализации своих инновационных ресурсов в текущих условиях. В качестве основных причин, снижающих возможности инновационной активности, молодые работники указали на незаинтересованность бизнеса и производства в инновациях, отсутствие или недостаток государственных программ по поддержке молодежных инициатив, отсутствие системы стимулирования на предприятиях за разработку инноваций, низкий уровень профессиональной и управленческой подготовки тех, кто принимает решения о внедрении новых идей в производство.

**Ключевые слова:** инновационный потенциал, индустриальный регион, работающая молодежь

**Благодарность.** Исследование проведено при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований (РФФИ), проект № 18-011-00907\18.

Необходимость перехода экономики на инновационный путь развития остается наиболее значимым вызовом для современного российского общества. Несмотря на то, что в последнее время России удалось значительно улучшить свои позиции в ведущих международных рейтингах инновационной активности [Национальный доклад об инновациях в России 2017], ощутимого прорыва в инновационном развитии российских регионов не произошло. Драйвером повышения инновационности регионов может быть улучшение качества человеческого капитала. В связи с этим определенный исследовательский и управленческий интерес представляет молодежь, занятая в высокотехнологичных отраслях промышленности российских регионов. Необходимо понимать, во-первых, каковы возможности молодежи при реализации своего потенциала в актуальных условиях, в том числе в условиях, создаваемых в регионах, и, во-вторых, насколько готова сама молодежь соответствовать вызову времени — быть способными к восприятию, внедрению и созданию инноваций.

Исследования проблем инноватики первоначально были инициированы в рамках экономической науки на основе теории человеческого капитала [Schultz, 1981], и до сих пор мы наблюдаем некоторый «эко-

номический крен», который распространяется и на эмпирические исследования, преимущественно сфокусированные на корпоративном аспекте инновационной деятельности. В последние годы экономисты активно исследуют инновационный потенциал индустриальных регионов как наиболее перспективных площадок для развития инновационных производств. В центре внимания ученых, как правило, находится система сугубо экономических показателей, используемая для выявления инновационной активности населения региона, измерения инновационных рисков, построения экономических прогнозов [Акбердина, 2015; Steinmaier, 2012]. Социально-ресурсная составляющая инновационного процесса остается вне исследовательского поля.

Наше исследование может восполнить этот пробел, поскольку его целью является изучение инновационного потенциала молодежи на примере индустриальных регионов России.

**Дизайн исследования.** Под инновационным потенциалом молодежи обычно понимают характеристики данной социальной группы, позволяющей ей заниматься инновационной деятельностью. Мы полагаем, что инновационный потенциал характеризует некий комплекс способностей, которые могут быть реализованы в определенных условиях, а могут и остаться невостребованными. К этому комплексу мы отнесли способность повышать свой образовательный уровень, способность к профессиональному развитию, освоению новой информации, а также креативность, способности к генерации новых идей, разработке и воплощению в жизнь проектов.

Результаты исследования базируются на анкетировании молодежи, занятой на промышленных предприятиях шести крупных индустриальных регионов России — Республики Башкортостан, Калужской, Свердловской и Волгоградской областей и Красноярского и Пермского краев. Использована целевая квотная выборка, основными квотными признаками выступили регион, отрасль занятости, занимаемая на предприятии должность. Опрошено 1050 молодых работников промышленных предприятий в возрасте до 30 лет.

**Результаты исследования.** Для оценки реализации инновационного потенциала молодежи индустриальных регионов мы проанализировали виды деятельности, так или иначе связанные с инновационной активностью. Ответы респондентов представлены в таблице 1. Результаты исследования выявили определенную проблему: для молодежи более характерна деятельность, связанная с освоением и внедрением уже го-

товых инноваций, повышением своего образовательного или профессионально-квалификационного уровня, нежели активность по разработке и представлению своих идей и проектов. Однако сопоставление данных по регионам показало, что различия в активности по развитию профессионального потенциала, а также по освоению и внедрению инноваций, незначительны. Тогда как среди регионов с более высокими индексами инновационного развития [Рейтинг инновационного развития, 2017], в частности, в Красноярском крае и Пермском крае, молодежь демонстрирует несколько большую активность по разработке и продвижению своих проектов.

**Таблица 1. Виды деятельности, которыми молодые работники занимались в последние три года**

<b>Значения</b>	<b>% от опрошенных</b>
Занимался самообразованием (читал литературу, смотрел вебинары и т. П.)	61,2
Повышал свой уровень образования в рамках образовательной организации	40,6
Осваивал новую технологию, новое оборудование, новые методы работы	38,1
Проходил курсы повышения квалификации, тренинги и др.	33,0
Предлагал свой проект (идею) руководству	21,9
Принимал / участвовал в принятии решения о внедрении новшества в производство	16,6
Создавал или усовершенствовал устройства, технические средства для личного потребления	16,4
Участвовал в разработке творческого проекта, связанного со своей профессиональной деятельностью	15,9
Выступал с докладами на конференциях или семинарах	15,5
Ничего из перечисленного	9,7
Участвовал в профессиональных конкурсах, конкурсах на получение грантов, стипендий	8,1
Создавал программные продукты	6,0
Регистрировал свои патенты на изобретения	4,2
Разрабатывал бизнес-план и предлагал его к рассмотрению в банке	2,1
Сумма:	289,4

Исследование показало, что у существенной части молодежи (61 %, у молодых руководителей — более 70 %) есть какая-либо творческая идея, замысел или проект, которые они хотели бы реализовать. Это говорит о наличии креативного и инновационного потенциала у молодых работников предприятий. Возможные сферы реализации этих идей представлены в таблице 2.

**Таблица 2. Возможные сферы реализации творческих идей и проектов работающей молодежи, в проц.**

<b>Сферы реализации</b>	<b>% от ответов</b>
Промышленное производство, инженерия	33,7
Сфера услуг, торговли	15,8
Бизнес	12,4
Управление	10,0
Образование, воспитание	9,0
Информационные технологии	8,0
Медицина, здравоохранение	2,4
Связь	1,9
Космические технологии	1,5
Другие сферы	5,2
Сумма:	100,0

Молодежь готова предлагать свои проекты и идеи в самых разных областях, но естественно, что в первую очередь их творческие замыслы касаются сферы занятости — промышленного производства и инженерии.

Исследование зафиксировало низкую оценку молодежью возможностей для развития и реализации своих инновационных ресурсов в текущих условиях (табл. 3). Особенно низкие оценки характерны для квалифицированных рабочих, среди которых средний балл оценки возможности внедрять и использовать новшества составляет только 3,1 из 5 возможных, возможности реализовывать свой профессиональный потенциал оцениваются на 3,33 балла, а возможность получить качественное образование или повысить свой образовательный уровень — на 3,29.

**Таблица 3. Оценка возможностей развивать и реализовывать инновационный потенциал (где 1 балл — очень ограничены, 5 баллов — очень широки), средние баллы**

Оцените, насколько широки или ограничены Ваши возможности в следующем:	Должность		
	Квалифицированный рабочий	Специалист	Руководитель
Получить качественное образование или повысить свой образовательный уровень	3,29	3,50	3,50
Реализовывать свой профессиональный потенциал	3,33	3,45	3,61
Внедрять или использовать новшества	3,10	3,12	3,30

Таким образом, есть новые идеи и проекты, но возможность реализовать их молодежь оценивает довольно критически. Только 8 % респондентов считают, что ничто не мешает молодежи реализовывать свои идеи, остальные респонденты среди наиболее существенных барьеров, препятствующих реализации инновационного ресурса, называют незаинтересованность бизнеса и производства в инновациях, погоню за сиюминутной прибылью (39,5 %), отсутствие или недостаток государственных программ по поддержке молодежных инициатив (33,3 %), отсутствие системы стимулирования на предприятиях за разработку инноваций (27,7 %), низкий уровень профессиональной и управленческой подготовки тех, кто принимает решения (24,5 %).

**Закключение.** Молодежь индустриальных регионов располагает определенным инновационным ресурсом, однако для нее более характерна деятельность, связанная с освоением и внедрением уже готовых инноваций, повышением своего образовательного или профессионально-квалификационного уровня, нежели активность по разработке и представлению своих идей и проектов.

Региональная специфика реализации инновационного потенциала выражена слабо, однако в регионах с более высокими показателями темпов инновационного развития молодежь проявляет несколько большую активность по разработке и продвижению своих проектов.

У существенной части молодежи есть какая-либо творческая идея, замысел или проект, которые они хотели бы реализовать. Тем не менее

молодежь негативно оценивает возможность реализовать свой инновационный потенциал в актуальных условиях: молодые работники предприятий обращают внимание на невостребованность инновационных ресурсов молодежи со стороны бизнеса и производства, отсутствие ощутимой поддержки инициатив молодежи государственными программами. Такая ситуация может сдерживать развитие инновационной активности молодежи, прежде всего ее креативных форм.

### Список литературы

1. Национальный доклад об инновациях в России. 2017. URL: [http://www.rvc.ru/upload/iblock/c64/RVK\\_innovation\\_2017.pdf](http://www.rvc.ru/upload/iblock/c64/RVK_innovation_2017.pdf) (дата обращения: 10.03.2019).
2. Рейтинг инновационного развития субъектов Российской Федерации. Выпуск 5 / под ред. Л. М. Гохберга. М. : НИУ ВШЭ, 2017. URL: <https://www.hse.ru/data/2017/06/22/1170263711/RIR2017.pdf> (дата обращения: 10.03.2019).
3. Акбердина В. В., Гребенкин А. В., Бухвалов Н. Ю. Моделирование инновационного резонанса в индустриальных регионах // Экономика региона. 2015. № 4. С. 289—308.
4. Schultz T. W. Investing in People: The Economic of Population Quality. Berkeley, Calif.: University of California Press. 1981. P. 149—166.
5. Steinmeier F. A growth programme for industrial renewal in Europe. Friedrich Ebert — Stiftung. Berlin. 2012. 139 p.

**А. А. Басилян**

## **СБОРНИК КУЛЬТУРНЫХ ПРОЕКТОВ: ПРАКТИКА И ПЕРСПЕКТИВЫ**

*БАСИЛЯН Армина Артуровна — исследователь, Московская высшая школа социальных и экономических наук, Москва, Россия*

*E-MAIL: Arm82@yandex.ru*

**Аннотация.** Представлено обзорно-аналитическое исследование, показывающее, какими бывают социокультурные проекты. В исследовании рассмотрены проекты и сборники проектов, приводятся их результаты (если имеются), выдвинуто предложение создать единую платформу социокультурных проектов. Цель — систематизировать опыт проектировщиков прошлого для успеха проектировщиков будущего. Проектирование — это не состоявшаяся методология, а методика проб и ошибок в вопросе изучения местного сообщества. Поэтому изучение этого опыта стратегически важно в деле профилактики фатальных ошибок и смягчения рисков проектирования, которые и без того велики. Это исследование — хороший путеводитель для исследователей-проектировщиков.

**Ключевые слова:** социокультурное проектирование, проект, местное сообщество, сохранение наследия, культурные проекты, национальный проект «Культура», культура

### **Введение**

Культурные проекты инициируются ради некоего полезного результата, и создание сборника таких проектов (серийного или без тиража, коллекционного) является формой архивирования результатов их реализации, а также популяризует идею социокультурного проектирования, показывает обывателю практическую полезность подобных начинаний.

В данном кейс-стади собраны все найденные на текущий день практики по систематизации культурных проектов — как электронные, так и печатные, как федерального, так и регионального значения. Цель исследования — показать весь спектр возможных вариантов архивирования культурных проектов, выделить лучшие практики и предложить усовершенствованные механизмы. Созданный механизм архивирования может быть реализован любым заинтересованным лицом/организацией.

Преимущество проектной деятельности заключается в том, что она является инструментом инновационного развития. Данная работа призвана обратить внимание на необходимость систематизировать информацию о культурном наследии России и вовлечь общественность в дискурс для формирования соответствующей платформы. Особенно ярко эта необходимость проявляется сейчас, в условиях глобализации, которая хоть и оказывает положительное влияние в виде культурных обменов, но одновременно несет и риски утраты национальной культуры.

Культурные кейсы принимают различные формы и могут быть представлены в разных форматах. Ниже приводятся описания каждого из них, дается анализ и при необходимости — комментарии по их усовершенствованию или по недостаткам.

*Сборник кейсов «Искусство созидать: культурные практики как инструмент развития территорий и местных сообществ».* Сборник подготовлен Центром управления социальных инноваций GrantRafting совместно с рабочей группой «Местное самоуправление и развитие территорий» Общероссийского гражданского форума в 2018 г.

Составители предложили такую классификацию культурных проектов:

- общественное пространство или локальная территория. Основная задача — вдохнуть в него новую жизнь;
- зарождение культурной практики как события;
- культурная практика как осознанно выбранный инструмент для достижения поставленной цели — развития территории и местного сообщества.

Сами проекты описаны подробно с уклоном в заявочный стиль, как будто бы они подаются на конкурс — это может быть обусловлено тем, что они отбирались именно на конкурс, но при финальном формировании сборника желательно убирать формальности текста и описывать проекты в менее бюрократическом стиле.

*Издания Института культурных программ г. Санкт-Петербурга.* Издания касаются только Санкт-Петербурга и включают Топонимический альманах (выходит два раза в год в электронном виде) [Развитие креативных индустрий..., 2018], двуязычное издание «Культурные события Санкт-Петербурга», «Культура Санкт-Петербурга в цифрах», «Проекты в области культуры и искусства» (собраны данные только за 2007 г.). Отдельно выделю издание «Развитие креативных индустрий. Проекты Совета Министров Северных стран в регионе Северного измерения» — в нем есть одна важная особенность, которую стоило бы масштабировать

на все сборники [Топонимическая комиссия, 2018]. Помимо стандартных пунктов описания проектов в нем есть указание на устойчивость развития результатов. Этот пункт важен для долгосрочных проектов или тех, что должны иметь отсроченный эффект, его важно учитывать при описании подобных проектов.

*Цех культурных проектов* [Цех культурных проектов, 2018]. Цех относится к portalу органов власти Чувашской Республики. Сам сайт недоработан, но раздел «Проекты» заполнен как информацией, так и фотографиями. Такой вариант систематизации культурных проектов достаточно удобен, так как представляет собой список с удобной навигацией. Этот формат удобен для систематизации уже реализованных проектов, результат которых либо еще не проявился (специфика проекта), либо рассчитан быть отсроченным. Хороший вариант портала с проектами описан ниже.

*Конкурс социальных проектов Лукойл* [Реализованные проекты..., 2018]. Компания проводит конкурс с 2002 г., реализовано более 4500 социальных проектов. На сайте опубликована лишь малая часть, но сам формат описания и иллюстрирования лаконичен, что подходит для ознакомления широкой общественности и является удачным способом репрезентации.

*Потерянные чудеса России* [Потерянные чудеса России..., 2018]. Группа энтузиастов (Никита Рыбин и Екатерина Мирошникова с единомышленниками) сделала виртуальную реконструкцию утраченных памятников культуры. Постоянная экспозиция мультимедийных презентаций находится в Москве, но группа готова участвовать в региональных и международных фестивалях.

В сборнике *«Государственно-частное партнерство в сфере культуры»*, подготовленном Министерством культуры РФ в 2016 г., приведен рейтинг регионов по ГЧП, описаны реализованные и реализующиеся на данный момент проекты [Государственно-частное партнерство..., 2016]. В рейтинге регионов ГЧП лидируют Москва и Санкт-Петербург. По проектам приводится текстовое описание, результаты концессионного соглашения, сроки реализации, объем инвестиций. Особенностью данного типа проектов является их масштабный характер, что обеспечивает их весомый вклад в культуру и культурное наследие России. Например, комплексная реставрация архитектурного ансамбля «Тульский Кремль» в Тульской области, строительство семейного развлекательного центра в Магадане, строительство театрально-концертного зала в Крыму и другие.

Самый свежий сборник культурных проектов будет готов по итогам конкурса актуальных национально-культурных проектов «Россия: этнический комфорт», финал которого состоялся в декабре 2018 г. [Всероссийский конкурс..., 2018]. В настоящий момент готова визуальная подборка проектов — победителей конкурса. Конкурсная форма отбора проектов — еще один способ систематизации, а также механизм выявления лучших практик.

Особняком стоит такая форма систематизации проекта, как отражение текущего состояния на сайте. *Лаборатория культурных проектов* [Лаборатория культурных проектов..., 2018] — семейный проект Юлии Камаевой и Петра Мазаева, который имеет фиксированные проекты, они отражены на сайте, по ним публикуется информация и актуальные даты встреч. Ограничения такого формата в том, что проекты конструируются в кругу причастных к сообществу, а также они ограничены по масштабированию. Преимущества же в том, что жизнь проекта полностью зависит от востребованности, то есть пока есть спрос на него, он будет продолжаться.

## Заключение

В работе рассмотрены способы сохранения культурного наследия. Проекты являются такой же ценностью, как и другие объекты материальной/нематериальной культуры, поэтому важно выработать понимание того, как их сохранить. Для этой цели были исследованы современные формы систематизации проектов, описаны их преимущества и недостатки. На основе анализа приходим к выводу, что систематизировать проекты необходимо, при этом форма бюрократического описания не должна быть отвергнута, а должна существовать наряду с публичной формой для широкой общественности. Для проектировщиков важно еще на этапе разработки закладывать в проект механизм самовоспроизводимости, чтоб проекты не «умирали» из-за ухода лидера или по другим причинам, а имели базу и механизмы существования в качестве самодостаточной единицы.

Это самые важные выводы из проведенного исследования. Будущим проектировщикам важно учитывать выводы работы, создавать проекты, которые будут устойчивы, воспроизводимы, а содержательно будут направлены на развитие национального самосознания и подъема культуры, так как Россия — необъятная страна с колоссальным неописанным культурным опытом, и проекты должны высвечивать эти пласты культуры. Все проекты должны систематизироваться и публиковаться для широкой

общественности доступными средствами, а дискурс о создании единой платформы культурных проектов должен быть создан.

### Список литературы

1. Всероссийский конкурс актуальных национально-культурных проектов «Россия: этнический комфорт». URL: [http://xn-j1agjv.xn-p1ai/upload/iblock/7c9/Buklet\\_Komfort\\_foto.pdf](http://xn-j1agjv.xn-p1ai/upload/iblock/7c9/Buklet_Komfort_foto.pdf) (дата обращения: 11.01.2018).
2. Государственно-частное партнерство в сфере культуры. URL: <https://depeconom.adhmao.ru/upload/iblock/78a/2.8.-luchshie-praktiki-proektov-gchp-v-kulture-2016-p.28.pdf> (дата обращения: 11.01.2018).
3. Лаборатория культурных проектов. URL: <http://labcultpro.ru/> (дата обращения: 11.01.2018).
4. Потерянные чудеса России. URL: <http://lostwonders.ru/> (дата обращения: 11.01.2018).
5. Развитие креативных индустрий. Проекты Совета министров Северных стран в регионе Северного измерения. URL: [http://www.spbicp.ru/UserFiles/File/NCM\\_Analysis%20of%20CI%20Development.pdf](http://www.spbicp.ru/UserFiles/File/NCM_Analysis%20of%20CI%20Development.pdf) (дата обращения: 11.01.2018).
6. Реализованные проекты. Сайт Лукойл. URL: <http://www.lukoil.ru/Responsibility/SocialInvestment/SocialProjectsCompetition/Projects> (дата обращения: 11.01.2018).
7. Топонимическая комиссия. URL: <http://spbicp.ru/content75> (дата обращения: 11.01.2018).
8. Цех культурных проектов. Официальный сайт. Проекты. URL: [http://gov.cap.ru/SiteMap.aspx?gov\\_id=144&id=236375&title=Proekti](http://gov.cap.ru/SiteMap.aspx?gov_id=144&id=236375&title=Proekti) (дата обращения: 11.01.2018).

**Л. А. Сони́на, О. В. Хлопкова, А. Е. Шастина**

## **ИССЛЕДОВАНИЕ АНТИПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ**

*СОНИНА Лидия Александровна — старший преподаватель, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ), Москва, Россия*

*E-MAIL: lidija\_sonina@mail.ru*

*ХЛОПКОВА Оксана Васильевна — кандидат философских наук, доцент кафедры социологии и управления, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ), Москва, Россия*

*E-MAIL: oksana-hlopkova@mail.ru*

*ШАСТИНА Александра Евгеньевна — кандидат политических наук, доцент кафедры социологии и управления, Московский автомобильно-дорожный государственный технический университет (МАДИ), Москва, Россия*

*E-MAIL: alex.shastina@yandex.ru*

**Аннотация.** В статье рассматривается культура антипотребления в молодежной среде. На основе глубинных интервью были проанализированы ключевые аспекты поведения представителей культуры антипотребления, а также их взгляд на различные проявления жизни человека в современном обществе. Культура антипотребления среди молодежи описывается в статье через нарративы. Респонденты имеют различное понимание сущности антипотребления и демонстрируют разнообразные модели поведения. В статье делается вывод о том, что в российском обществе культура антипотребления носит черты контркультуры.

**Ключевые слова:** антипотребители, антипотребление, фриганизм, аскетизм, противостояние ониомании «разумному потреблению», энофизм, консьюмеризм, фругализм

На первом этапе исследования был проведен мониторинг интернет-ресурсов, посвященных антипотребительскому движению. В ходе мониторинга были выделены реперные точки, на основе которых в дальнейшем было построено интервью.

Мониторинг интернет-ресурсов включал в себя анализ контента форумов, публикаций об антипотребителях и культуре антиконсьюмеризма в интернет-изданиях, а также контента антипотребительских сообществ в социальных сетях.

В ходе исследования было проанализировано 15 сообществ в социальной сети «ВКонтакте», отобранных методом поиска групп по наименованию с использованием терминов антиконсьюмеристской тематики. Необходимо отметить, что многие из участников антипотребительских сообществ состоят одновременно в нескольких интернет-группах подобной тематики. Это говорит о том, что аудитория анализируемых сообществ составляет немногочисленную группу людей, объединенных общими взглядами и интересами.

Наиболее часто встречаются форумы, создаваемые представителями сообществ Москвы и Санкт-Петербурга, на площадках которых можно знакомиться друг с другом, обсуждать проведение совместных мероприятий («вылазки» и встречи). Все это свидетельствует о стремлении к объединению членов групп не только на уровне интернет-общения, но и в реальной жизни.

Контент анализируемых сообществ во многом одинаков. Основную часть контента составляют перепосты одинаковых изображений из сети, цитат, видео или статей, посвященных антипотребительской тематике. В некоторых группах представлены карты мест, где можно заняться собирательством, купить или продать старые и ненужные вещи, утилизировать вторсырье.

Таким образом, анализ интернет-сообществ позволяет сделать вывод, что аудитория антипотребительских сообществ представляет собой достаточно немногочисленную группу людей, большинство в которой составляют молодые люди в возрасте от 18 до 30 лет. Многие из них придерживаются довольно радикальных антипотребительских взглядов. Кроме того, ярко прослеживается стремление к объединению с единомышленниками для совместного поиска вещей и общения.

Исследование проводилось методом глубинного интервью в период с октября 2017 по май 2018 г. В совокупности были опрошены 20 человек, проживающие в разных субъектах Российской Федерации. Респонденты были найдены через популярные социальные группы, связанные с темой антипотребления.

Отбор респондентов проходил по принципу личной самоидентификации интервьюируемого как антипотребителя. Вторым критерием включе-

ния в список интервьюированных был стабильный доход. Молодые люди, вынужденно занимающие позицию антипотребителей, обусловленную нехваткой денежных средств, не вошли в выборку. Так образом, доходы респондентов находятся в диапазоне от 19 000 рублей (минимум) до 250 000 рублей (максимум).

Для проведения глубинного интервью был разработан гайд, в основу которого легли реперные точки, полученные на предыдущем этапе исследования.

Отобранные реперные точки были поделены на тематические категории. Реперные точки распределились по следующим категориям:

- экологизация потребления;
- нематериальное потребление;
- межличностное взаимодействие;
- демонстративное потребление / аскетизм;
- пищевое потребление;
- отношение к социально-экономической системе;
- религиозные ценности.

Расшифрованные интервью были загружены в программу QDAMINER, образовав 20 кейсов. Как уже было отмечено, культура антипотребления в целом описывается через противостояние сложившейся культуре. Для отражения эмоциональной окрашенности в дополнение к выделенным категориям были введены коды для негативной и позитивной дескрипции.

Чаще всего антиконсьюмеристы описывают свою культуру через категории демонстративного потребления. Здесь наблюдается сильная поляризация мнений. Абсолютное большинство молодых людей выступают против демонстративного потребления, описывая его только через негативные высказывания. С другой стороны, аскетизм был положительно оценен большинством респондентов.

Второй по частоте встречаемости является категория отношения к современной социально-экономической системе. У большинства опрошенных отношение к сложившейся социально-экономической системе выражалось через негативные высказывания.

Чаще всего респонденты отмечали, что их позиция в плане потребления выражается через неиспользование вещей сверх необходимого минимума. *«Я не покупаю ненужные вещи, экономлю ресурсы планеты»*. Кроме непотребления «лишних товаров» молодые люди отмечали, что стараются максимально использовать уже имеющиеся вещи, с тем чтобы снизить нагрузку на экологию. Уже негодные к использованию вещи

антипотребители стараются утилизировать с максимальной отдачей. Говоря о переработке сырья, можно отметить широту знаний респондентов о методах вторичного использования сырья, а также переработки мусора. Термины «рециклинг» и «ресайклинг» были знакомы практически всем опрашиваемым. Значительная часть интервьюируемых старается сортировать мусор. Молодые люди отмечают, что стараются сократить или совсем отказаться от потребления товаров с большим количеством ненужной, на их взгляд, упаковки. Аналогично опрашиваемые антипотребители стараются отказываться от продуктов, произведенных далеко от места конечной реализации. Некоторые молодые люди отмечали, что принципиально не покупают товары фирм, замеченных в неэтичном поведении и нанесении вреда окружающей среде.

Респонденты отмечают, что предпочитают нематериальное потребление материальному. Все говорят о важности путешествий, походов в кино, чтения книг, посещения выставок и других мероприятий.

Вместе с тем многие респонденты отмечают, что искусство в обществе потребления теряет свою истинную сущность. Кино и книги также перестали нести людям вечные истины, а демонстрируют только то, что люди желают видеть. Они теряют свою глубину и смысл и становятся средством развлечения. Однако большинство опрошенных не отказываются от чтения книг и просмотра кино. Некоторые из них отмечают, что стараются осознанно подходить к содержанию фильмов и особенно книг.

Отношение к телевизору у всех интервьюируемых отрицательное. Они оценивают его как источник постоянной пропаганды и оглупления населения. Кроме того, все отмечают низкий уровень качества продукции, выходящей на телевидении. Это обуславливает то, что все интервьюируемые отказываются от просмотра телевизионных передач и программ. Практически все респонденты не имеют телевизора в доме, что является их принципиальной позицией. Телевидение, по мнению респондентов, стремится создать из человека послушного потребителя. Поэтому большинство передач, телесериалов на телевидении пропагандируют ценности зарабатывания денег, покупки дорогих вещей, а также ценности разврата и неуважения к другим. Телевизору они предпочитают походы в кино и просмотр интересного им контента в интернете.

Только два респондента в выборке готовы отказаться от использования современных смартфонов с выходом в интернет, а также мессенджеров. В качестве главной причины использования подобных устройств и вида связи называется их удобство и практичность.

Описывая состояние современного общества, респонденты отмечают, что ценности людей в обществе потребления трансформируются. Человек ради потребления готов жертвовать отношениями с семьей, друзьями, близкими людьми, своими интересами и здоровьем. По мнению респондентов, потребитель попадает в замкнутый круг: он вынужден работать все больше и больше ради покупки очередной вещи, которая удовлетворяет его неумные желания только на некоторое время.

Некоторые респонденты считают, что потребление разрушает общество и личность. Потребление основывается на человеческой жадности, толкает человека на совершение преступлений ради получения новой вещи или денег на ее покупку. Воровство, убийства, коррупция и иные преступления во многом являются следствием господства потребительских ценностей.

Люди в обществе потребления определяют, с кем строить семью и дружеские отношения, не на основе личных моральных качеств человека, его отношения к себе и другим, а на основе материального достатка. Общество становится алчным, циничным и беспринципным. Отсутствие дорогой машины или вещи делает человека одиноким, отвергнутым группой и даже презируемым. Общность интересов определяется приверженностью одному бренду одежды или автомобиля. Также потребительские ценности меняют ориентиры человека и общество. Люди больше не стремятся к развитию, занятию искусством, наукой, они не желают приносить пользы обществу. Их основная цель — бесконечное потребление.

Итогом трансформации человеческих ценностей и отношений, по мнению респондентов, становится рост одиночества и обесценивание человеческой уникальности. Решить указанные проблемы способен только отказ от потребления.

Респонденты утверждают, что человеку, попавшему в «ловушку потребления», сложно отказаться от потребительского мировоззрения и ценностей. Только постоянная работа над собой, духовное самосовершенствование, борьба с самими собой способны изменить позицию человека и отказаться от потребительства.

Интервьюируемые считают, что отказ от идеологии консьюмеризма делает их лучше, человечнее, помогает ценить простые человеческие контакты и отношения. Тем не менее они заявляют о том, что другие люди их не понимают, осуждают и даже отворачиваются.

## Список литературы

1. Chatzidakis A., Lee M. S. (2013). Anti-consumption as the Study of Reasons against. *Journal of Macromarketing*. Vol. 33 (3). P. 190—203. <https://doi.org/10.1177/0276146712462892>.
2. Fernandez K. V., Brittain A. J., Bennett S. D. (2011) “Doing the duck”: negotiating the resistant-consumer identity. *European Journal of Marketing*. Vol. 45 (11/12). P. 1779—1788. <https://doi.org/10.1108/03090561111167414>.
3. Goldsmith R. E., Flynn L. R., Clark R. A. (2014) The etiology of the frugal consumer. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Vol. 21 (2). P. 175—184. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2013.11.005>.
4. Hutter K., Hoffmann S. (2013) Carrotmob and Anti-consumption Same Motives but Different Willingness to Make Sacrifices? *Journal of Macromarketing*. Vol. 33 (3). P. 217—231. <https://doi.org/10.1177/0276146712470457>.
5. Kaynak R., Eksi S. (2011) Ethnocentrism, Religiosity, Environmental and Health Consciousness: Motivators for Anti-Consumers. *Eurasian Journal of Business and Economics*. Vol. 4 (8). P. 31—50. [https://www.researchgate.net/publication/228437888\\_Ethnocentrism\\_Religiosity\\_Environmental\\_and\\_Health\\_Consciousness\\_Motivators\\_for\\_Anti-Consumers](https://www.researchgate.net/publication/228437888_Ethnocentrism_Religiosity_Environmental_and_Health_Consciousness_Motivators_for_Anti-Consumers) (дата обращения: 11.01.2018).
6. Nepomuceno M. V., Laroche M. (2015) When Materialists Intend to Resist Consumption: The Moderating Role of Self-Control and Long-Term Orientation. *Journal of Business Ethics*. Vol. 143 (3). P. 467—483. <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2792-0>.
7. Ozanne L. K., Ballantine P. W. (2010). Sharing as A Form Of Anti-Consumption? An Examination of Toy Library Users. *Journal of Consumer Behaviour*. Vol. 9 (6). P. 485—498. <https://doi.org/10.1002/cb.334>.
8. Portwood-Stacer L. (2012). Anti-consumption as tactical resistance: Anarchists, subculture, and activist strategy. *Journal of Consumer Culture*. Vol. 12 (1). P. 87—105. <https://doi.org/10.1177/1469540512442029>.

**А. А. Вохмина**

## **МОДЕЛЬ ФОРМИРОВАНИЯ ПРОЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОЗНАНИЯ НА ПРИМЕРЕ ЭКОЛОГООРИЕНТИРОВАННЫХ ГРУПП В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

*ВОХМИНА Анна Александровна — студент–магистр факультета гуманитарного образования,  
Новосибирский государственный технический университет, Новосибирск, Россия*

*E-MAIL: avnc@mail.ru*

*ORCID: 0000-0001-5717-8836*

**Аннотация.** В работе осуществляется попытка создания модели проэкологического сознания по схеме «восприятие — понимание — действие» на основе эколого-ориентированных сообществ в социальной сети «ВКонтакте», имеющих цель сокращение отходов путем рациональной переработки или использования альтернативных одноразовым экопредметов.

**Ключевые слова:** бытовые отходы, проэкологическое сознание, эколого-ориентированные сообщества, общество потребления

В современном обществе потребления количество бытовых отходов увеличивается, и, как следствие этого, размеры полигонов под мусор занимают все большие территории. Появляется вероятность, что через некоторое время свалки приблизятся к местам проживания людей. Для решения данной проблемы немаловажен социологический подход. Согласно О. Н. Яницкому, «социологи должны быть не только аналитиками статистики общественного мнения, но и идеологами перемен» [Яницкий, 2011: 88]. Социология имеет все необходимые инструменты для формирования модели проэкологического сознания и модели эколого-ориентированного образа жизни, способного противостоять образу безответственного человека-потребителя [Васильева, Торгунакова, 2007]. Социальная экология, рассматривая взаимоотношения системы «природа-общество», позволяет конструировать эффективные способы для улучшения условий развития как человека, так и всего живого на планете.

Для создания успешной модели проэкологического сознания необходимо изучить существующую картину в экологических сообществах. В качестве исходной точки была выбрана схема формирования проэко-

логического сознания-действия О. Н. Яницкого: «восприятие — понимание — действие» [Яницкий, 2011]. Материалом для исследования стали 20 российских эколого-ориентированных сообществ (групп) в социальной сети «ВКонтакте», имеющих целью сокращение отходов путем рациональной переработки или использования экопредметов, альтернативных одноразовым. В составе каждого из отобранных сообществ более тысячи участников. Исследование страниц сообществ проводилось через анализ сообщений (постов) на так называемой стене сообщества, где размещается важная и актуальная информация, попадающая в новостную ленту подписчиков (участников) сообщества, и реакции участников группы на данные сообщения через лайки, репосты и комментарии.

Под «восприятием» мы понимаем осознание смысла чего-либо [Кравченко, 2004: 66], а именно наличия конкретных экологических проблем, реализуемых через вербальную и визуальную репрезентацию, с целью информирования индивидов о данных проблемах. В группах размещаются текстовые, графические, фотографические материалы о бедствиях в природном мире, причиненных бытовыми отходами людей. Все это, во-первых, информирует о реальных проблемах, а во-вторых, оказывает воздействие на понимание конкретных последствий человеческой деятельности. Восприятие в данном случае измеряется количеством лайков, репостов и комментариев под постом. Так, в группах преобладает информация об опасности для природы пластикового мусора (например, аист, который запутался в пакете и не может освободиться).

Следующий этап — «понимание» — рассматривается как выявление субъективного смысла социального действия индивида [Кравченко, 2004: 300]. Данный этап реализуется через появление мотивации и/или желания, возникающего у индивида. Анализ данного этапа проведен через исследование комментариев участников сообществ с выражением одобрения деятельности группы и желанием присоединиться, выражением собственного мнения по решению проблемы. Это реализуется, например, через вопросы к администраторам и другим участникам сообщества относительно дат акций, вариантов отходов для утилизации.

Третий этап — «действие» — трактуется как осуществление какой-то функции: поступок, акция, выступление [Кравченко, 2004: 95]. Это конкретный вид деятельности, в который включается участник: отдельный сбор отходов, сокращение потребления, переход на более экологичные предметы (многоразовые бутылки, термочашки, экомешочки), — и сообщение об этом в группе.

Модель проэкологического сознания строится из восприятия индивидом проблемы, его понимания данной проблемы и реализации действия для ее решения. Модели, созданные в данном исследовании, носят предварительный пробный характер, дальнейшее рассмотрение и конструирование требует более широкого охвата и более подробной проработки.

### **Список литературы**

1. Васильева В. Н., Торгунакова М. А. Современное экологическое сознание: пути и средства формирования // Журнал социологии и социальной антропологии. 2007. Том 10. № 3. С. 132—142.
2. Кравченко С. А. Социологический энциклопедический русско-английский словарь. М., 2004. 511 с.
3. Яницкий О. Н. Экомодернизация России: теория, практика, перспектива. М., 2011. 215 с.

**А. С. Неунылова**

## **СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СИМВОЛИЧЕСКОГО КОНТЕНТА ТАНЦА КАК ЭЛЕМЕНТА СУБКУЛЬТУРЫ**

*НЕУНЫЛОВА Анастасия Сергеевна — аспирант факультета гуманитарных и социальных наук кафедры социологии, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия*

*E-MAIL: nastenka15\_94@mail.ru*

*ORCID: 0000-0001-6272-3878*

**Аннотация.** Актуальность данной работы заключается в выявлении и описании механизма изучения и последующий анализ символического содержания одного из способов проявления творческой коммуникации в субкультуре хип-хопа. Объектом исследования выступает танец как элемент субкультуры хип-хопа (а также невербальные коммуникации ее представителей, особенности «языка тела»). Предмет исследования — методы изучения и анализа символического контента танца. Целью исследовательской работы является оценка возможностей комплексного социологического изучения символического содержания танца на эмпирическом уровне.

Научная значимость исследования заключается в методических возможностях социологического анализа символического содержания танца. Эмпирической базой выступает авторское исследование на тему изучения символического содержания танца методами наблюдения и описания невербального компонента, полужформализованного интервью, групповой дискуссии и последующего контент-анализа. Результатом исследования является ряд теоретических методов и следующая методологическая схема: теория символического интеракционизма, этнометодологии и основы визуальной социологии для исследования субкультуры, затем наблюдение с описанием визуального содержания, интервью по основным категориям с каждым участником, групповая дискуссия и заключительный сопоставительный контент-анализ на основе полученных единиц в равных категориях полученных транскриптов по трем этапам сбора данных.

**Ключевые слова:** субкультура, хип-хоп субкультура, творческая активность, танец, хип-хоп танец, символическая интерпретация, невербальная коммуникация, полужформализованное интервью, групповая дискуссия

В России преобладает проблемно-ориентированный подход в области социологического рассмотрения субкультур, что объясняет отсутствие четкой методологической базы в изучении субкультур как культурных комплексов и отдельных их элементов, которые выступали бы в качестве объекта исследования.

Среди российских ученых, занимающихся исследованиями субкультур, следует назвать П. С. Гуревича, С. И. Иконникову, Н. Н. Слюсаревского, а также И. В. Бестужевым-Ладой, И. С. Коном, В. Т. Лисовским, Т. Б. Щепанской и др. Изучение влияния субкультуры на социальный аспект широко представлено в работах Г. А. Нигматулиной [Нигматулина, 2008], А. С. Запесоцкого и А. П. Файна [Залесоцкий, Файн, 1990], В. В. Воробьева [Воробьев, 2004]. В области изучения непосредственно самой субкультуры хип-хопа существуют лишь единичные малоизвестные публикации. Примером такой служит работа В. А. Лукова «Хип-хоп культура» [Луков, 2005], а также некоторые дипломные работы в области социологии молодежных субкультур.

Хип-хоп — одна из немногих субкультур, с которой чаще употребляют слово «культура», эта субкультура является комплексной и обладает широкими критериями сформированности [Садыкова, 2013]. Танцевальная сфера как одна из рассматриваемых творческих практик хип-хоп субкультуры в силу своей коммуникативной (социальной) направленности имеет в основе символическое содержание [Тугай, 2014]. Выступая комплексным явлением со статусом института, социальный танец, осуществляемый в группе людей и направленный на других, имеет все предпосылки двустороннего рассмотрения в социологии посредством комплексного применения методологий и сочетания различных методов и инструментов анализа [Догорова, 2015].

Проблемной ситуацией для исследования послужила малоразвитость методических подходов изучения символического наполнения танца как элемента творческой активности в субкультуре [Неунылова, 2017]. Такая методологическая проблематизация в условиях рассмотрения сложного явления может выступать удачным полем для разработки возможного алгоритма для изучения подобных явлений. Научная значимость заключается в методических возможностях социологического анализа символического содержания танца.

В широком смысле перед исследователем стояла цель — оценить возможности комплексного социологического изучения символического содержания танца на эмпирическом уровне.

Актуальность исследовательской работы заключалась в выявлении и описании механизма изучения и последующего анализа символического содержания одного из способов проявления творческой коммуникации в субкультуре хип-хопа.

Эмпирическую базу исследования составляет совокупный ряд методов: наблюдение и описание невербального компонента, полужформализованное интервью и групповая дискуссия. Ввиду апробации комплексного подхода исследовательский массив представлен четырьмя респондентами (кейсами).

Таким образом, провести анализ символического контента танца в рамках субкультуры можно, опираясь на ряд теоретических положений о символической составляющей, считываемой через визуальный компонент и фиксируемой как элемент невербального поведения. Далее последовал анализ материала наблюдения, интервью-ретроспекции с исполнителем этого контента, контент-анализ групповой дискуссии на основании видеоматериала по этому контенту, а также заключительный сопоставительный анализ трех предыдущих этапов.

В ходе проведенного исследования получены следующие результаты.

- Танец — результат выработанного языка общения между представителями субкультуры, задействованными в данной творческой активности, что обеспечивает универсальность языка танца в субкультуре.
- Не весь исполненный танцевальный «текст» осознан исполнителем.
- Схожие по описанию участников образы изображены парадигматически, то есть по принципу взаимозаменяемых средств (категорий), передачи образа и настроения с одинаковой коннотацией.
- Описание собственного контента танца и групповое описание этого же контента заметно расходятся.

Также получен ряд методологических заключений.

- Тройная система методов (триангуляция) в сочетании с тройной социологической теорией представляют собой удачную сумму, успешно поддаваемую структурному анализу, как и каждое ее слагаемое в отдельности.
- Интервью в данной специфической группе, учитывая их творческий опыт и опыт интервьюера, схожи с экспертным и выражаются в «нешаблонности» высказываний.
- Использование лексикона респондента в интервью и в групповой дискуссии помогает углубиться в тему и сделать верное заключение по исследуемым категориям.

- Для успешного проведения полевого этапа необходимо исходить из специфики изучаемого предметного поля и в соответствии с этим подбирать интервьюера или вводить его в курс заранее.
- Порядок обработки и анализа материала может напрямую повлиять на интерпретацию (сперва исследовательский анализ визуального контента, а затем интервью и групповая дискуссия).
- Стоит отметить удачность применения метода интервью и групповой дискуссии (взаимодополняемость).

Возможная схема применимого комплексного подхода следующая: визуальный аспект соотносится с социологией действий в символах в контексте этнометодологии через аппарат визуальной социологии, но при применении анализа невербальных коммуникаций в отдельной субкультуре. Подобная совокупность методов и схема анализа может служить базой для дальнейшей разработки возможностей изучения сложных социологических явлений (невербальных, творческих практик, процессов в особых группах).

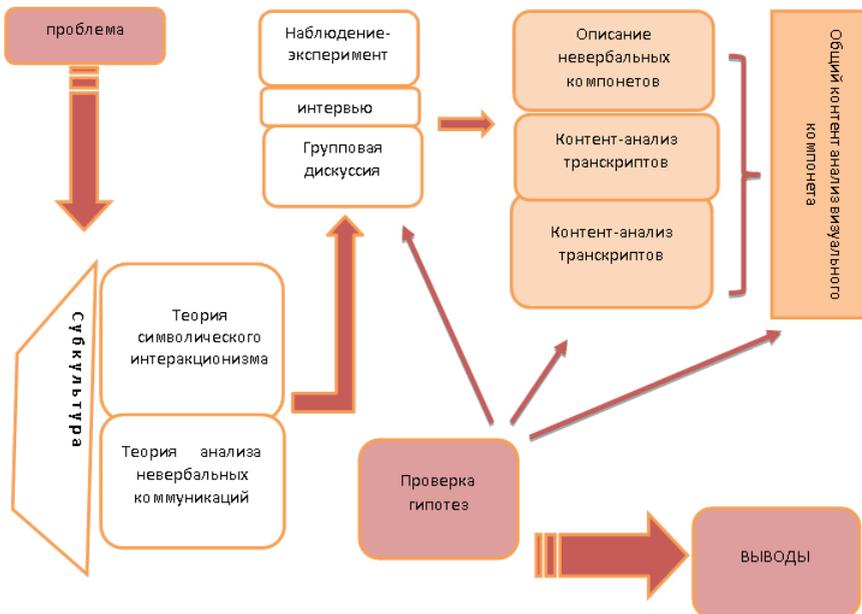


Рисунок 1. «Методологическая схема»

### Список литературы

1. Воробьев В. В. Особенности самоидентификации в молодежной среде // Социологический сборник. 2004. № 7. С. 90—93.
2. Догорова Н. А. Язык танца как феномен символической деятельности. Саранск : Мордовский государственный университет им. Н. П. Огарева, 2015.
3. Запесоцкий А. С., Файн А. П. Эта непонятная молодежь... : Проблемы неформальных молодежных объединений. М., 1990.
4. Луков В. А. Хип-хоп культура // Знание. Понимание. Умение. 2005. № 1. С. 147—151.
5. Неунылова А. С. Возможности социологического анализа визуального контента танца // Актуальные вопросы социологической науки: теория, методология, практика: материалы ежегодной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых, 2017 г. / под ред. Н. П. Нарбута, Т. И. Лариной. М. : РУДН, 2017. С. 122—128.
6. Нигматулина Г. А. Особенности процессов инкультурации российской молодежи в конце XX века — начале XXI века / Нигматулина Г. А. Казань : Информационно-издательский центр при Управлении делами Президента Республики Татарстан, 2008.
7. Садыкова Д. А. Хип-хоп в пространстве современной культуры // Искусствоведение. Омский научный вестник. 2013. № 5 (122). С. 236—238.
8. Тугай А. В. Методологические подходы к изучению танца // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2014. № 2 (38).
9. Щепанская Т. Б. Система: тексты и традиции субкультуры. М., 2004.

## Социальный градусник (индикаторы: благополучие, счастье, настроения и др.)

**И.В. Троцук**

### РЕЙТИНГИ СЧАСТЬЯ: ПРИЧИНЫ ПОПУЛЯРНОСТИ И МЕТОДИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ

*ТРОЦУК Ирина Владимировна — доктор социологических наук, профессор кафедры социологии, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия*

*E-MAIL: irina.trotsuk@yandex.ru*

*ORCID: 0000-0002-2279-3588*

**Аннотация.** Современный человек оказался в странной ситуации: с одной стороны, авторы многочисленных тренингов, мастер-классов и публикаций научно-популярного и психолого-мотивационного плана учат его быть счастливым, «правильно» организуя и/или интерпретируя свою жизнь; с другой стороны, из средств массовой информации он постоянно узнает о степени «счастливости» своего поколения, страны и мира. Накоплен огромный массив данных, на основе которых формируются международные рейтинги счастья. Однако подобные мониторинги вызывают массу вопросов относительно их методологии, поскольку демонстрируют противоречивые результаты (как сами по себе, так и в сопоставлении с иными «измерениями» счастья). Очевидна необходимость уточнения концептуальных определений счастья и унификации его эмпирических индикаторов, но чтобы начать эту работу, нужно сначала признать наличие проблемы и корректно ее сформулировать.

**Ключевые слова:** счастье, измерение, рейтинг, опрос, сравнительный анализ

**Благодарность.** Статья подготовлена при поддержке РФФИ. Проект № 18-011-00993 «Счастье как междисциплинарный конструкт: варианты социологической концептуализации и операционализации».

Как это ни удивительно для нашего противоречивого времени, наполненного многообразными проявлениями вербальной и физической агрессии, формально мы живем в эпоху бесконечных поисков все новых

способов осчастливливания человека и постоянных оценок степени достижения искомого состояния счастья. В западной традиции исследования счастья вполне институционализированы, им посвящен «Журнал исследований счастья» (*Journal of Happiness Studies*), призванный «способствовать научному пониманию субъективного благополучия — с точки зрения его когнитивных оценок и аффективной удовлетворенности... и обсуждению двух основных традиций в изучении счастья — концептуализации «хорошей жизни» и эмпирических исследований субъективного благополучия»<sup>1</sup> (см., также: [Veenhoven, 2003]).

Безусловно, пониманием и обсуждением дело не ограничивается, поскольку современные государства предпринимают попытки институционализировать поиски счастья. В Бутане впервые было предложено заменить валовый внутренний продукт (ВВП) на валовое национальное счастье (ВНС) в качестве основного показателя развития страны и критерия оценки благосостояния населения. Это предложение было официально закреплено в Конституции Бутана [Шматова, Морев, 2015: 146] и в создании Центра исследований ВНС посредством регулярных социологических замеров уровня счастья<sup>2</sup>.

На Западе поиски счастья пока не обрели аналогичного государственного оформления и все еще считаются задачей человека, пусть и в объективных условиях конкретных обществ, однако предпринимаются попытки помочь человеку стать счастливым, причем и известнейшими мировыми университетами. Например, самым популярным курсом в истории Йельского университета стал курс «Психология и хорошая жизнь» (*Psychology and Good Life*), призванный помочь слушателям избавиться от ощущения психологической неустроенности [Sternberg, 2018], и одним из условий записи на курс является прохождение опроса<sup>3</sup>, инструментарий которого разработан в Пенсильванском университете.

Для социологии наибольший интерес представляют методики измерения уровня счастья, которые преимущественно представляют собой стандартные наборы вопросов о субъективном благополучии, дополненные расширенной «паспортной» для определения факторов, объясняющих различия в уровне счастья. Такие опросы обрели международный масштаб, например, с 2012 г. Организация объеди-

<sup>1</sup> *Journal of Happiness Studies*. URL: <https://link.springer.com/journal/10902>.

<sup>2</sup> Centre for Bhutan Studies and Gross National Happiness. URL: <http://www.grossnationalhappiness.com/nine-domains>.

<sup>3</sup> Authentic Happiness: Questionnaire Center. URL: <https://www.authentic happiness.sas.upenn.edu/testcenter>.

ненных наций публикует ежегодный рейтинг стран по уровню счастья — «Международный рейтинг счастья» (World Happiness Report), а с 2006 г. британский исследовательский центр «Новый экономический фонд» (New Economic Foundation) раз в несколько лет публикует «Всемирный индекс счастья» (The Happy Planet Index).

Несомненно, есть определенная абсурдность в попытках сопоставить многомиллионные общности по уровню счастья (например, по данным за 2015—2017 гг., россияне оказались намного несчастнее финнов — Россия в рейтинге стоит на 59 месте, а Финляндия — на 1 [World Happiness Report, 2018: 22]) и сделать по итогам сопоставления серьезные выводы. Так, «Международный рейтинг счастья» призван в определенной мере объяснить и предсказать векторы и масштабы международной миграции: «...наблюдаются огромные различия между странами в уровне счастья, что является сегодня и на перспективу основным фактором миграционного давления... В целом те люди, что переезжают в более счастливые страны, чем их собственные, становятся более счастливыми, а те, кто мигрируют в менее счастливые страны, скорее всего, потеряют в уровне счастья... Очевидное решение в этой ситуации, причем не имеющее ограничений, — поднимать уровень счастья в странах эмиграции, возможно, посредством традиционных способов оказания им внешней помощи и предоставления доступа к рынкам богатых стран, однако наиболее важно повышать здесь уровень социального доверия и создавать такие институты, которые обеспечивают лучшую жизнь населения в самых счастливых странах мира» [World Happiness Report, 2018: 9].

Проблема в том, что международные рейтинги демонстрируют неожиданные результаты как сами по себе (например, уровень счастья в США и Объединенных Арабских Эмиратах примерно одинаков), так и если сопоставить их с национальными опросами. Скажем, в последнем международном рейтинге счастья Украина оказалась в последней двадцатке, а по данным Киевского международного института социологии, счастливыми себя чувствуют 63% жителей страны [Сахно, 2018]. Или: в международном рейтинге счастья за 2015—2017 гг. Россия была на 59 позиции, а Сербия — на 78, в предыдущем рейтинге за 2014—2016 гг., который отличался от нынешнего методикой расчета, Россия занимала 49 позицию, а Сербия — 73. Говорят ли эти изменения, что люди в России и Сербии стали несчастнее на, соответственно, 10 и 5 пунктов? Или что россияне счастливее сербов, судя по позициям двух стран в рейтинге? Причем если в международном рейтинге Россия занимает 59 позицию,

серьезно отставая от лидеров (Финляндии, Норвегии, Дании, Исландии, Швейцарии и др.), то российские опросы показывают, что 83% россиян считают себя счастливыми людьми (среди 18—24-летних — 87%) [Названы причины..., 2018], хотя их реальные доходы радикально отличаются от тех, что якобы нужны для счастья [Россияне назвали..., 2018]. Для российских респондентов в принципе характерны высокие оценки собственной счастливости, что можно объяснить и феноменом социальной желательности, и устойчивой системой ценностей, где наличие семьи и здоровье (свое и близких) — главные жизненные приоритеты.

Таким образом, несмотря на то, что популярные сегодня опросные методики оценки уровня счастья считаются валидными, надежными и столь универсальными, что могут применяться в сравнительных исследованиях, отсутствие четких концептуальных и операциональных определений счастья, а также критериев отбора методических решений для его «измерения» — серьезная проблема, требующая внимательного изучения.

### Список литературы

1. Названы причины достижения россиянами рекордного уровня счастья. URL: [https://lenta.ru/news/2018/05/03/supersuper/?utm\\_source=lenta&utm\\_medium=social](https://lenta.ru/news/2018/05/03/supersuper/?utm_source=lenta&utm_medium=social) (дата обращения: 15.02.2019).
2. Россияне назвали цену счастья. URL: <https://lenta.ru/news/2018/04/23/moneymoney> (дата обращения: 15.01.2019).
3. Сахно Ю. Самооцінка відчуття щастя, травень 2018 року. URL: <https://www.kiis.com.ua/?lang=ukr&cat=reports&id=775&page=1> (дата обращения: 13.12.2018).
4. Шматова Ю. Е., Морев М. В. Измерение уровня счастья: литературный обзор российских и зарубежных исследований // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2015. № 3.
5. Sternbergh A. Read this story and get happier. The most popular course at Yale teaches how to be happy. We took it for you. URL: <https://www.thecut.com/2018/05/how-to-be-happy.html> (дата обращения: 15.01.2019).
6. Veenhoven R. Hedonism and happiness. *Journal of Happiness Studies*. 2003. Vol. 4.
7. World Happiness Report — 2018. J. F. Helliwell, R. Layard, J. D. Sachs (Eds.); J. E. de Neve, Haifang Huang, Shun Wang (Ass. eds.). URL: [https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR\\_web.pdf](https://s3.amazonaws.com/happiness-report/2018/WHR_web.pdf) (дата обращения: 12.02.2019).

**Д. В. Сальникова**

## **САМООЦЕНКА НАСЕЛЕНИЕМ МАТЕРИАЛЬНОГО ПОЛОЖЕНИЯ КАК ИНДИКАТОР ИЗМЕНЕНИЯ В РЕАЛЬНЫХ ДОХОДАХ НАСЕЛЕНИЯ**

*САЛЬНИКОВА Дарья Вячеславовна — преподаватель общеуниверситетской кафедры высшей математики, аспирант кафедры экономической социологии, НИУ «Высшая школа экономики», Москва, Россия*

*E-MAIL: dsalnikova@hse.ru*

*ORCID: 0000-0003-1730-1187*

**Аннотация.** Цель данного исследования — выявить ограничения в использовании самооценок материального положения как индикаторов изменений реальных доходов населения. Результаты оценивания динамических регрессионных моделей на данных Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (2000—2017 гг.) показывают, что в среднем за три года индивиды адаптируются к произошедшим изменениям в реальных доходах, поэтому в долгосрочной временной перспективе полагаться на оценки материального положения для измерения динамики в объективных экономических показателях не следует. Анализ также выявил значимые различия во взаимосвязи самооценок материального положения и реальных доходов населения в разных социально-демографических группах, что связано с различиями в восприятии цен и значением референтных цен в разных группах населения.

**Ключевые слова:** реальные доходы населения; удовлетворенность материального положения; теория адаптации; относительный доход; потребительское поведение; динамические регрессионные модели

**Благодарность.** Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 18-311-00215.

Субъективные экономические показатели, такие как оценки населением личного материального положения и экономической ситуации в стране в целом, восприятие населением динамики потребительских цен, используются не только для диагностики текущего уровня благополучия населения, но и для последующей корректировки денежно-кредитной

политики в целях смягчения вторичных эффектов на уровень инфляции. В связи с этим особую важность приобретает анализ субъективных показателей благополучия в динамике.

Одна из наиболее влиятельных теорий, объясняющих характер взаимосвязи экономических показателей и их оценок населением во временной перспективе, — теория адаптации, известная также в литературе как теория «привыкания» [см., к примеру, Carroll et al., 2000; Clark et al., 2008]. Согласно данной теории, положительный эффект прироста дохода на субъективное благополучие индивида снижается при увеличении абсолютного значения его реальных доходов. В предыдущих исследованиях уже встречались попытки протестировать это положение на российских данных [см., к примеру, Родионова, 2014; Schyns, 2001], однако на ограниченном временном периоде. В этом исследовании представлены результаты эмпирического исследования эффекта адаптации на российских данных с временным охватом 18 лет (2000—2017 гг.), что позволяет проследить восприятие материального положения и реальных доходов населения в динамике. Результатом исследования является выявление ограничений в использовании оценок материального положения в качестве индикаторов изменений реальных доходов населения в России.

Предварительный дескриптивный анализ показывает, что изменения во времени показателя удовлетворенности своим материальным положением и материальным положением семьи в целом повторяет динамику реальных доходов российского населения. При этом между показателем потребительских настроений — ожиданиями относительно изменения материального положения — и реальными доходами положительная связь оказывается слабее. Важно отметить, что описательные статистики дают только предварительное представление о характере взаимосвязи изучаемых показателей, однако не выявляют сам механизм взаимосвязи.

## Данные

В качестве эмпирической базы для основной части исследования использованы данные Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ. Структура данных является панельной, что позволяет проследить, как изменяются показатели объективного и субъективного экономического благополучия в динамике. Временной охват выборки составляет 18 лет: с 2000 до 2017 гг. Выбор первого временного периода для анализа обусловлен отсутствием данных по субъективным показателям ранее 2000 г. В выборку включены

индивиды 16 лет и старше. В качестве зависимой переменной выступает удовлетворенность индивида своим материальным положением в настоящее время. Дополнительно также были протестированы модели с зависимой переменной, измеренной индикатором «Представьте себе, пожалуйста, лестницу из девяти ступеней, где на нижней, первой ступени, стоят нищие, а на высшей, девятой — богатые. На какой из девяти ступеней находитесь сегодня Вы лично?». Этот индикатор отражает относительный доход. Ключевыми предикторами являются общее количество денег, полученных индивидом в течение последних 30 дней, и среднее количество денег в течение последних 30 дней, приходящееся на каждого члена домохозяйства. Показатели посредством дефлирования на индекс региональных потребительских цен были приведены к ценам 2017 г. В качестве контрольных переменных использованы пол респондента, возраст и возраст в квадрате, проживание в городской / сельской местности, уровень образования, семейное положение, статус занятости, а также включены фиксированные эффекты для года опроса и региона.

## Методы

Для учета панельной структуры данных были оценены регрессионные модели со случайным эффектом и регрессионные модели со смешанными эффектами. Эти спецификации включают в модель ненаблюдаемые характеристики единиц пространственного измерения (в данном случае индивидов) как случайную величину. В моделях со смешанными эффектами также учтено то, что члены одного домохозяйства могут обладать схожими характеристиками. Для решения содержательной задачи — оценить эффект адаптации — в модели были включены лагированные значения ключевых предикторов. Значения реальных доходов были взяты за текущий временной период и четыре предшествующих периода в силу того, что индивиды участвовали в среднем в пяти волнах опроса. Показатель удовлетворенности материальным положением имеет категориальную шкалу с пятью категориями, поэтому при использовании этой зависимой переменной оценены логистические регрессионные модели.

## Результаты и выводы

На российских данных подтверждается наличие выраженного эффекта адаптации субъективных показателей к изменениям в реальных доходах населения. Положительный эффект роста реальных доходов ослабляется с каждым последующим временным периодом (см. табл. 1, модель 1).

**Таблица 1. Взаимосвязь среднего дохода, приходящегося на одного члена домохозяйства, на удовлетворенность индивида материальным положением**

	(1)	(2)	(3)
	Полная выборка	Мужчины	Женщины
Доход (t)	2.297*** (43.38)	2.113*** (26.61)	2.436*** (34.10)
Доход (t – 1)	1.192*** (11.52)	1.175*** (6.98)	1.202*** (9.10)
Доход(t – 2)	1.112*** (7.47)	1.099*** (4.26)	1.122*** (6.22)
Доход(t – 3)	1.034* (2.49)	1.005 (0.25)	1.055** (3.05)
Доход(t – 4)	1.052*** (4.07)	1.046 (1.37)	1.058*** (3.38)
Контрольные переменные включены			
N	102 639	41 769	60 870

Примечание: модели со случайными эффектами; включены контрольные переменные на пол респондента (в модели 1), возраст и возраст в квадрате, проживание в городской / сельской местности, уровень образования, семейное положение, статус занятости, а также включены фиксированные эффекты для года опроса и региона.

Коэффициенты представлены в отношениях шансов. Т-статистики — в скобках.

При расчетах использовались робастные стандартные ошибки.

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .

Эффект динамики реальных доходов на удовлетворенность личным материальным положением более краткосрочен, чем на показатель относительного положения индивида на лестнице материального благополучия. Эффект на относительный доход более долгосрочный и сохраняет свою значимость на протяжении как минимум пяти временных периодов (см. табл. 2, модель 4).

Результаты не подтверждают теорию о полной адаптации, выражающейся в возвращении субъективных показателей к некоторому «базовому» уровню (нейтральной точке). Привыкание к изменениям в реальных доходах происходит лишь частично.

**Таблица 2. Взаимосвязь среднего дохода, приходящегося на одного члена домохозяйства, на расположение респондента себя на лестнице материального благополучия (самоидентификация)**

	(4)	(5)	(6)
	Полная выборка	Мужчины	Женщины
Доход (t)	0.293*** (31.41)	0.282*** (19.57)	0.301*** (24.58)
Доход (t-1)	0.0969*** (11.91)	0.0817*** (6.47)	0.108*** (10.15)
Доход (t-2)	0.0714*** (9.01)	0.0779*** (6.20)	0.0670*** (6.58)
Доход (t-3)	0.0397*** (5.41)	0.0279* (2.47)	0.0483*** (5.02)
Доход (t-4)	0.0382*** (5.45)	0.0325* (2.41)	0.0430*** (4.71)
Контрольные переменные включены			
N	101 327	41 145	60 182

Примечание: модели со случайными эффектами; включены контрольные переменные на пол респондента (в модели 4), возраст и возраст в квадрате, проживание в городской / сельской местности, уровень образования, семейное положение, статус занятости, а также включены фиксированные эффекты для года опроса и региона.

T-статистики — в скобках. При расчетах использовались робастные стандартные ошибки.

\*  $p < 0.05$ , \*\*  $p < 0.01$ , \*\*\*  $p < 0.001$ .

Длительность адаптационного периода различается по социально-демографическим группам населения. Наиболее сильно выражены различия между гендерными группами (см. табл. 1, модели 2, 3, Табл. 2, модели 5, 6). У мужчин увеличение реальных доходов имеет краткосрочный положительный эффект на удовлетворенность личным материальным положением: начиная со второго временного периода эффект теряет свою значимость. На выборке женщин выявлена долгосрочная взаимосвязь реальных доходов и субъективных показателей, сохраняющая свою значимость в течение как минимум пяти лет. Данные различия могут быть связаны с разным восприятием цены: в то время как женщины при

покупках опираются на внешнюю референтную цену, мужчины — на внутреннюю референтную цену (то есть на прошлый опыт покупок) [см., к примеру, Choi et al., 2018]. Таким образом, женщины оказываются менее чувствительными к расходам на потребительские товары в прошлом, что способствует более длительному эффекту доходов на субъективные оценки материального положения женщинами.

Результаты проведенного эмпирического исследования свидетельствуют о том, что в России субъективные показатели отражают динамику в реальных доходах только в краткосрочном периоде. В долгосрочной временной перспективе полагаться на самооценки населением материального положения для измерения экономического благополучия не следует. Также ограничение накладывает то, что сила адаптации к реальным доходам различается в разных группах населения. Это не позволяет переносить результаты прогнозирования потребительского поведения на основе субъективных показателей на все население в целом. Последнее ограничение наиболее релевантно для индикатора удовлетворенности материальным положением.

### Список литературы

1. Родионова Л. А. Парадокс Истерлина в России // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Экономика. Управление. Право. 2014. Т. 14. № 2. С. 386—393.
2. Carroll C. D., Overland J., Weil D. N. (2000). Saving and Growth with Habit Formation. *American Economic Review*. 90 (3): 341—355.
3. Choi C., Sung G., Mattila A. (2018). Reference Price and its Asymmetric Effects on Price Evaluations: the Moderating Role of Gender. *Cornell Hospitality Quarterly*. 59(2): 189—194.
4. Clark A., Frijters P., Shields M. (2008). Relative Income, Happiness, and Utility: an Explanation for the Easterlin Paradox and Other Puzzles. *Journal of Economic Literature*. 46: 95—144.
5. Shyns P. (2001). Income and Satisfaction in Russia. *Journal of Happiness Studies*. 2: 173—204.

**В. А. Жебит, Е. В. Жебит**

## **РОССИЙСКИЙ СРЕДНИЙ КЛАСС: ЧТО ПОКАЗАЛ ПОИСК**

*ЖЕБИТ Владимир Александрович — кандидат психологических наук, старший научный сотрудник, Всероссийский институт научной и технической информации РАН, Москва, Россия*  
E-MAIL: [zvladalex@gmail.com](mailto:zvladalex@gmail.com)

*ЖЕБИТ Екатерина Владимировна — соискатель ученой степени, Институт Европы РАН, Москва, Россия*  
E-MAIL: [zvladalex@gmail.com](mailto:zvladalex@gmail.com)

**Аннотация.** Представлены результаты исследования особенностей формирования классовой структуры российского общества показали ее отличие от общемировых представлений о среднем классе. Выявлен глубинный смысл этого понятия, свидетельствующий об особой, фундаментальной роли социальной общности, выходящей за рамки социального класса.

**Ключевые слова:** средний класс, система ценностей, катехон

Средний класс, в нормативном «западном» представлении, обладает характеристиками, основанными не только на критериях экономического положения, но и теми, которые принято ассоциировать с «европейскими ценностями», «либерализмом», «демократией», «толерантностью».

Анализ отечественных научных публикаций проявил отсутствие единства мнений в определении категории среднего класса, что связано с известным переходным периодом в социально-экономической жизни России.

В среде добросовестных отечественных теоретиков в качестве критериев принадлежности к среднему классу чаще всего используются экономические, такие как имущественное положение, текущие доходы и расходы, объем финансовых сбережений, способы добывания средств, кредитная активность, расходы на отдых.

Ряд исследователей склонны определять российский «средний класс» как социальную группу, имеющую общие социальные и психологические типовые характеристики, наиболее важными из которых выступают высокий уровень образованности, сравнительно высокий материальный

уровень, активная жизненная позиция, самостоятельность в принятии решений, тяготение к социальной стабильности [Дилигенский, 1998]. Отмечают, что в представлении этой части общества стабильность ассоциируется в первую очередь с правовой определенностью отношений между обществом и властью.

Тем не менее такой набор критериев, даже при очевидном его многообразии, можно с уверенностью считать неполным и даже необъективным. Так, например, у некоторых авторов оценка по подобным критериям позволила отнести к среднему классу представителей криминального сообщества, способы обогащения которых, при всей их специфической «правовой определенности», находятся в остром противоречии с общественными нормами.

Следует напомнить определение, данное В. И. Лениным, долгое время считавшееся каноническим: *«Классы — «большие группы людей, различающиеся по их месту в исторически определенной системе общественного производства, по их отношению (большей частью закрепленному и оформленному в законах) к средствам производства, по их роли в общественной организации труда, а следовательно, по способам получения и размерам той доли общественного богатства, которой они располагают»* [Ленин, 1970: 15].

В период адаптации понятия «средний класс» в постсоветской России ему были присвоены признаки, общепринятые в европейской и мировой науке, т. е. почти исключительно экономические. Однако отказ от прежней классовой структуры общества не привел к появлению устойчивых представлений о появлении новых классов, поскольку процесс их формирования находится только на начальной стадии.

Более широкий набор критериев позволил открыть новый ракурс, выявивший сегодняшнее, типично российское представление о слое общества, который сегодня идентифицируют как российский средний класс. Этот подход, возможно, приведет к определенной эволюции представлений не только о среднем классе, но и о классовой структуре общества вообще.

Исследования проявили наличие «развилки» представлений, когда современные эксперты оперируют социально-экономическими признаками среднего класса, а общество постсоветского периода продолжает оставаться на прежних — советских — позициях, где понятие «средний класс» или вообще не использовалось, или имело неформальный характер.

Проводившиеся эмпирические исследования включали в себя эксперимент с фокус-группой, отбор участников которой (из городского населения) осуществлялся по принципу самоотнесенности к конкретной социальной общности — среднему классу. Вследствие этого группа фактически сформировалась из представителей различных слоев общества, причисливших себя к среднему классу (см. табл. 1).

Таблица 1. Состав фокус-группы

1. Студент
2. Молодой специалист
3. Топ-менеджер
4. Свободный предприниматель
5. Госчиновник
6. Научный работник
7. Безработный специалист
8. Иммигрант
9. Работник промышленной сферы
10. Пенсионер с высшим образованием
11. Замужняя домохозяйка

Все участники уверенно отнесли себя к «среднему классу», исходя из собственных представлений о признаках и характере этого класса.

В сегодняшнем представлении постсоветского общества о среднем классе, характерном для периода переходной экономики, в число критериев входят, например, такие как «функции», «образование», «профессия», «служебное положение», т. е. «функционально-профессиональные» признаки [Жебит, 2007].

При идентификации социального класса в современных российских условиях возможно акцентирование, вывод на передний план или выдвижение в разных комбинациях различных аспектов профессиональной деятельности. Например, ключевым критерием во многих случаях может быть формальный должностной статус (*руководитель, директор, заведующий, начальник*). Гораздо чаще в российских условиях ключевыми критериями являются «содержание работы», «характер выполняемых функций», которые отражают уровень профессионализма, творческое содержание, степень самореализации способностей, социальную зна-

чимось индивида, например, *программист, копирайтер*, реже — «тип занятости», например, *внештатник, совместитель, надомник, фрилансер*.

Для некоторых важным критерием выступает «индивидуальная независимость», определяемая служебным статусом и социальным положением. Например, в среде мелкого бизнеса принято считать, что *деловая независимость* является фактором, повышающим социальный статус. Здесь следует отметить появление новых позиций, место которых еще не совсем определилось, например, *блогер, диджей*, которые иногда подаются не только как профессия или форма занятости, но несут оттенок социального статуса.

Несколько иначе это выглядит там, где классовая принадлежность является фактором, имеющим фундаментальное значение. Например, принадлежность к среднему классу может определять когнитивные особенности личности, влиять на выбор моделей социального поведения, социальное настроение, может стать предметом постоянной рефлексии индивида.

Эксперимент с фокус-группой подтвердил особую *нормативно-ценностную* ориентацию участников, характерную скорее для представителей прежнего — советского социума. Как показало исследование, эта ориентация плавно переключалась в постсоветское общество современной России.

Имеет смысл подчеркнуть, что понятие «средний класс» относится к той социальной группе, которая является не только самой рефлексивной, чувствительной к экономическим, политическим и социальным переменам. Представители этой группы, как правило, активно участвуют в этих процессах. Они имеют твердо обоснованные, сформировавшиеся убеждения, им присуща активная жизненная позиция, они являются активными потребителями информации во всех ее видах, по любым доступным каналам. Интеллектуальный и образовательный уровень представителей этой категории позволяет анализировать и систематизировать информацию, выделять главное, обосновывать выводы, корректировать свое отношение и линию поведения [Жебит, 2007].

Следует подчеркнуть, что в условиях российского социума на переднем плане остаются *социально-психологические* и *социально-нравственные* критерии, являющиеся российской спецификой на общем фоне представлений.

Таким образом, к «объективным» критериям, таким как уровень доходов, образование, квалификация, характер выполняемой работы и т. д.,

добавляется *нормативно-ценностный* и *нравственно-ценностные* критерии, которые (неожиданно, но в случае России закономерно) отодвигают «материальное» на второй план.

Экстраполируя результаты исследования, можно предположить, что даже в периоды упадка общего экономического и социального состояния государства российский средний класс не только не редуцирован, как иногда заявляют некоторые эксперты, но продолжает занимать обширное место в социальной иерархии, объединяя в себе и питая собой разнородные слои общества, будучи ориентированным на стабильность и созидательное развитие.

Можно констатировать, что на данном этапе структурных изменений российского государства, когда исчезают прежние социальные образования и нарождаются новые, благодаря «среднему классу» общество продолжает сохранять глубинный духовный потенциал, проявляющий себя в силе гомеостаза, удерживающей государство от разрушения. В этом видится катехонная метафизическая суть «среднего класса».

### **Список литературы**

1. Дилигенский Г. Г. Становление гражданского общества: культурные и психологические проблемы // Гражданское общество в России: структуры и сознание. М., 1998.
2. Ленин В. И. Великий почин / ПСС. Изд. 5. Т. 39. М., 1970.
3. Жебит В. А. Социально-психологические факторы динамики имиджа политика : дис. ... канд. пс. н. М., 2007.

**А. В. Селезнева**

## **ОТНОШЕНИЕ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ К СВОЕЙ СТРАНЕ КАК ИНДИКАТОР ОБЩЕСТВЕННЫХ НАСТРОЕНИЙ: ЦЕННОСТНЫЕ ОСНОВАНИЯ**

*СЕЛЕЗНЕВА Антонина Владимировна — доктор политических наук, доцент кафедры социологии и психологии политики факультета политологии, Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова, Москва, Россия*

*E-MAIL: ntonina@mail.ru*

*ORCID: 0000-0003-2500-6356*

**Аннотация.** Статья основана на материалах исследования, выполненного на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ имени М. В. Ломоносова в рамках проекта РФФИ № 18-011-01138А «Образ страны в Российском обществе: политико-психологический анализ».

В статье представлен политико-психологический подход к исследованию образа страны, его концептуальные и инструментальные возможности для анализа не только основных составляющих этого образа, но и в более широком контексте — психологического состояния общества в целом. В теоретико-методологическом разделе статьи определяются сущность данного подхода применительно к исследованию образа страны, а также обозначаются методологические основания его изучения и интерпретации. В качестве носителя образа страны в статье рассматривается не общество в целом, а молодежь как отдельная социальная общность и политическое поколение.

В статье также представлены результаты эмпирического исследования когнитивных и эмоциональных составляющих образа страны в сознании молодежи. Автор заключает, что молодежь имеет неструктурированные и неопределенные представления о своей стране, ее истории и культуре, географии и территории, политическом устройстве, власти, лидерах и народе. Нейтрально-позитивное эмоциональное отношение к стране в целом сочетается с негативным восприятием политики и власти, позитивным отношением к президенту и народу. Образ страны в сознании молодежи детерминирован ценностями безопасности,

а его внутренняя неконгруэнтность, несбалансированность и противоречивость свидетельствуют об общем неустойчивом психологическом состоянии молодежи.

**Ключевые слова:** политическая психология, молодежь, образ страны, образ власти, образ лидера, образ народа, политические ценности, общественные настроения

Измерение общественных настроений является сегодня широко распространенной практикой. Социологические центры разработали и регулярно измеряют показатели и индексы счастья, социального самочувствия, социального благополучия, удовлетворенности жизнью, доверия политическим институтам и т.д. Такой подход, несомненно, имеет важное значение для системной диагностики состояния общества и прогнозирования ее возможных динамических изменений.

Общественные настроения могут и не быть предметом непосредственного анализа, а изучаться в комплексе с другими вопросами в рамках больших научно-исследовательских проектов. Яркий пример тому — проекты Института социологии ФНИСЦ РАН, в которых удовлетворенность жизнью, доверие институтам, страхи и надежды граждан рассматриваются в контексте общей динамики социальной трансформации современной России [Российское общество..., 2017].

Психологическое состояние общества исследуют политические психологи [Шестопад, 2017]. В фокусе их интересов находятся образы власти, лидеров, политических институтов, страны в целом, которые существуют в массовом сознании и отражают как рациональные оценки и ожидания, так и эмоциональное отношение граждан к политическим процессам и явлениям [Шестопад др., 2016].

В данной статье в самом общем виде представлены результаты проведенного в 2018 г. исследования образа России в сознании молодежи, которые позволяют судить об общем социальном самочувствии молодого поколения. Методология исследования носила количественно-качественный характер и включала в себя фокусированные интервью с молодыми российскими гражданами с применением проективного метода неоконченных предложений ( $n = 278$ ). Такой подход является традиционным для политико-психологических исследований.

Под образом страны в данном исследовании понимается «многокомпонентный ментальный конструкт, являющийся результатом отражения в со-

знании людей страны как политико-территориального и историко-культурного объекта» [Селезнева, Смутькина, 2018: 355]. В структуре образа страны выделяются следующие компоненты: образ власти, образ лидера, образ народа, образ территории, геополитический образ государства. В соответствии с политико-психологическим подходом восприятие страны анализируется на двух уровнях — рациональном и бессознательном с выделением когнитивных, эмоциональных и поведенческих элементов. Формат тезисов не позволяет рассмотреть все аспекты проблемы, поэтому мы остановимся только на когнитивных и эмоциональных составляющих образа страны.

Акцент в анализе будет сделан на политические ценности молодежи, которые, по сути, являются субъектным фактором восприятия своей страны [Шестопал, Смутькина, 2018]. Политические ценности — не только смысловые доминанты политического сознания человека, но и отражение неудовлетворенных потребностей личности. Поэтому ценно то, чего относительно недостает.

В политическом восприятии именно ценности выступают основанием для когнитивной работы с информацией, повышая субъективность оценок тех или иных событий, явлений, процессов. Применительно к процессу формирования образа России политические ценности, с одной стороны, влияют на субъективную оценку молодыми гражданами различных элементов воспринимаемого объекта в целом (истории и культуры страны, ее прошлого, настоящего и будущего, друзей и врагов) и его отдельных элементов (власти, лидеров, народа, территории). С другой стороны, политические ценности определяют ожидания, предъявляемые российскими гражданами к этому объекту [Селезнева, 2015].

Результаты исследования показывают, что образ страны в сознании молодежи несбалансированный, эмоционально окрашенный, в целом когнитивно бедный и противоречивый. Ассоциативный ряд представлений о России выглядит так: «моя Родина, место рождения и проживания» (53%), «государство» (18,6%), «страна больших возможностей» (8%), «история, культура» (6,8%). Показатели по остальным ассоциациям (территория, природа, люди, ресурсы и пр.) — менее 5%. Эмоциональный знак образа страны — нейтрально-позитивный (см. рис. 1).

Сильными сторонами своей страны молодые россияне считают природные ресурсы, вооруженные силы, людей, язык, историю и культуру, а государство, экономику и промышленность, науку и образование выделяют в качестве слабых сторон (см. табл. 1).

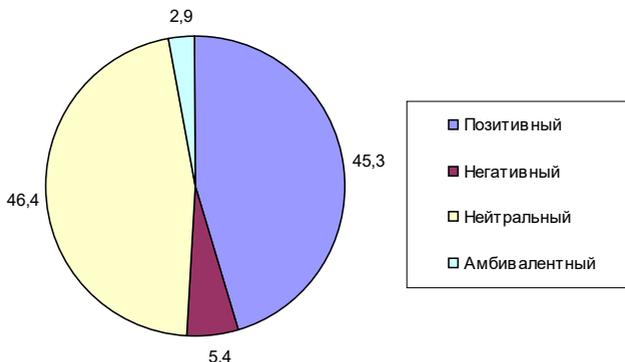


Рисунок 1. Эмоциональный знак представлений молодежи о России (%)

Таблица 1. Представления молодежи о сильных и слабых сторонах России

	Сильные стороны, %	Слабые стороны, %
Государство	15,1	<b>38,8</b>
Люди	<b>38,8</b>	17,3
Природные ресурсы	<b>59,0</b>	4,3
Экономика, финансы, промышленность	4,0	<b>79,5</b>
Вооруженные силы	<b>45,7</b>	3,6
Язык	<b>24,8</b>	3,6
История	<b>54,3</b>	1,8
Культура	<b>25,9</b>	16,5
Наука, образование	10,8	<b>49,3</b>
Спорт	15,5	14,4
Религия	6,1	14,7

Историко-культурные и пространственно-географические составляющие образа России достаточно абстрактны: в первых преобладают представления об отдельных событиях, явлениях и людях, во вторых — о богатой природе и обширных территориях. Молодежь имеет общие и несистемные представления о государственном устройстве и политической системе России. В образе власти наиболее четкими и определенными

являются представления о президенте. Социальная структура общества в понимании молодежи состоит из двух уровней: нижний уровень — народ, простые люди, верхний уровень — чиновники, власть. Граждан страны молодые люди наделяют преимущественно положительными качествами (66,2%), которые носят психологический и нравственный характер — доброта, открытость, отзывчивость, справедливость и пр.

Таким образом, можно заключить, что в сознании молодежи существует сложный и внутренне противоречивый образ России как проекция общего неустойчивого психологического состояния молодежи, в котором на основе неоднозначных представлений о власти, лидерах, народе и стране в целом одновременно актуализированы тревоги и ожидания, страхи и надежды. Такое положение в значительной мере обусловлено особенностями текущего политического развития и событийным контекстом. Но немаловажную роль здесь играют и политические ценности молодых людей, наиболее значимы из которых «мир», «права человека», «свобода», «порядок», «безопасность», «законность» и «справедливость». Эти ценности актуализированы неудовлетворенными потребностями в безопасности (физической, экономической, правовой) и определяются молодыми людьми в контексте их личной жизни и деятельности (но не в отношении развития общества и государства).

Неустойчивое психологическое состояние молодых людей, проявляющееся в отношении к своей стране, ее гражданам и самим себе, не является чем-то из ряда вон выходящим. Это проекция состояния российского общества в целом, где наличие психологических дисфункций представляет собой серьезную социокультурную угрозу [Шестопал, Селезнева, 2018].

### **Список литературы**

1. Российское общество и вызовы времени. Книга пятая / под ред. М. К. Горшкова, В. В. Петухова. М. : Весь мир, 2017.
2. Селезнева А. В. Ценностные детерминанты образа России в сознании россиян // Международные отношения. 2015. № 3. С. 341—347.
3. Селезнева А. В., Смутькина Н. В. Образы стран славянского мира в сознании российских граждан (на примере Украины и Белоруссии) // Русин. 2018. Т. 54, № 4. С. 352—371.
4. Шестопал Е. Б., Зверев А. Л., Нестерова С. В., Смутькина Н. В. Психологическое состояние массового политического сознания российских граждан после выборов в Государственную думу РФ 2016 г. // Политическая наука. Специальный выпуск. 2016. С. 127—148.

5. Шестопал Е. Б. Психологическое состояние российского общества между парламентскими и президентскими выборами: сравнительный анализ // Сравнительная политика. 2017. Т. 8, № 2. С. 119—129.
6. Шестопал Е. Б., Селезнева А. В. Социокультурные угрозы и риски в современной России // Социологические исследования. 2018. № 10. С. 90—99.
7. Шестопал Е. Б., Смулькина Н. В. Факторы восприятия постсоветских стран в современном обществе. — Полис. Политические исследования // Политические исследования. 2018. № 1. С. 26—44.

**А. В. Андрееenkova**

## **ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ В РОССИИ И В ЕВРОПЕ О СИСТЕМЕ БЕЗУСЛОВНОГО БАЗОВОГО ДОХОДА**

*АНДРЕЕНКОВА Анна Владимировна — кандидат политических наук, ведущий исследователь, Институт сравнительных социальных исследований, Москва, Россия*

*E-MAIL: [anna.andreenkova@cessi.ru](mailto:anna.andreenkova@cessi.ru)*

*ORCID: 0000-0002-6776-7703*

**Аннотация.** В европейских странах и в России широко обсуждается вопрос о необходимости реформы системы социального обеспечения. Однако согласие по поводу направления, методов и принципов проведения таких реформ пока не достигнуто. Одна из возможностей проведения таких реформ — переход на совершенно новую систему, когда социальные выплаты будут производиться не отдельным категориям граждан, а по принципу всеобщности и безусловности. Хотя идея безусловного базового дохода (ББД) зародилась уже давно, реальные возможности ее воплощения появились только сейчас. На основе данных Европейского социального исследования 2016 г. впервые была собрана информация об отношении жителей 23 стран Европы, в том числе и России, к идее ББД. Данные исследования показывают, что в целом ряде европейских стран идея ББД пользуется поддержкой большинства населения, к таким странам относится и Россия. Различия между странами в уровне поддержки идеи ББД связаны с общим уровнем экономического развития страны, шириной экономической уязвимости населения и уровнем общественной удовлетворенности существующей системой социального обеспечения, запросом на коренные реформы этой системы.

**Ключевые слова:** социальная справедливость, система социального обеспечения, социальная солидарность, безусловный базовый доход, сравнительные межстрановые исследования, Европейское социальное исследование (ESS)

В последнее десятилетие Европа и Россия столкнулись с новыми вызовами, которые ведут к обострению межгрупповых и межстрановых конфликтов, нарушают достигнутый баланс социальной солидарности. Во всех европейских обществах ведутся широкие дискуссии о необ-

ходимости реформ системы социального обеспечения. Для России вопрос о необходимости реформ стоит еще более остро, чем во многих других странах.

Проблема социальной справедливости в целом, оценки нынешнего уровня социальной справедливости в разных сферах, критериев справедливости и роли государства в ее обеспечении являются предметом глубокого изучения и широкой дискуссии [Андрееenkova, 2017; Римский 2013]. Исследования показали высокий запрос на государственную социальную поддержку среди населения практически во всех странах Европы, в том числе и в России [Грязнова, Магун, 2012; Римский 2006]. Однако открытым остается вопрос о возможных направлениях и путях изменения, реформирования и совершенствования нынешней системы поддержки, подходов в социальной политике, которые удовлетворили бы современные запросы общества как к экономической стороне системы, так и к представлениям о правильном и справедливом. Предлагаются как «мягкие» направления реформ, так и кардинальные меры по изменению системы. Одно из предложений — переход к выплате безусловного базового дохода (ББД), системе, при которой каждому члену общества регулярно выплачивается равная сумма прожиточного минимума вне зависимости от каких-либо критериев или вклада. По мнению сторонников этой идеи, введение такой системы позволит сократить уровень экономического неравенства, решить проблему бедности, снизить затраты на администрирование социальных программ, а также воплотить в жизнь новые стандарты и принципы социальной справедливости — равное распределение ресурсов между всеми [van Parijs, Vanderborght, 2017].

Идея ББД была выдвинута более двухсот лет назад в работах Т. Пейна, Ж.-А. Кондорсе. В начале XX века возможность введения такой системы обсуждалась в политических кругах Канады и Великобритании, но поддержки не получила. В последние двадцать лет интерес к идее ББД возобновился. Практическое применение такой системы в широком национальном масштабе пока не произошло, хотя определенные ее модификации на региональном уровне работают уже давно: с 1982 г. на Аляске, программа «Большая семья» в Бразилии, программа «ресурсных дивидендов» в Монголии и Иране и другие. В нескольких странах прошли пробные эксперименты (Финляндия) и референдумы (Швейцария 2016 г.) по введению такой системы. В России обсуждение этого вопроса и в науке, и в академических кругах только начинается [Иноземцев, 2016; Блохин, 2017].

Таблица 1. Поддержка идеи ББД и страновые показатели

	Отношение к идее ББД		Уровень экономического развития	Острота потребности в социальной помощи		Оценка нынешней системы социального обеспечения
	% поддерживают ББД	% против введения системы ББД		Уровень безработицы (% экон. активного населения, Евростат)	Уровень бедности (% тех, кто считает, что на тот доход, который у них есть, «трудно» или «очень трудно прожить», данные ESS волна 8)	
Норвегия	32%	64%	70868	5%	5%	68%
Швейцария	33%	62%	79888	3%	11%	68%
Швеция	35%	58%	51845	7%	7%	63%
Исландия	43%	50%	59765	3%	9%	48%
Австрия	43%	50%	44758	6%	12%	71%
Испания	44%	45%	26617	20%	26%	58%
Германия	44%	53%	42161	4%	8%	70%
Эстония	45%	51%	17737	7%	26%	45%
Франция	47%	49%	36857	10%	17%	67%
Нидерланды	47%	48%	45638	6%	8%	74%
Чехия	47%	43%	18484	6%	28%	52%
Великобритания	48%	46%	40367	5%	11%	55%
Польша	50%	35%	12414	10%	21%	50%
Италия	51%	36%	30661	11%	29%	42%
Ирландия	51%	40%	64175	8%	18%	64%
Финляндия	54%	43%	43401	9%	11%	68%
Португалия	55%	39%	19838	11%	27%	56%
Бельгия	58%	41%	41272	8%	16%	70%
Израиль	58%	31%	37181	5%	28%	46%
Россия	59%	22%	8748	8%	47%	31%
Словения	60%	32%	21650	12%	13%	51%
Венгрия	63%	27%	12820	7%	30%	32%
Литва	68%	16%	14901	8%	30%	34%
Коефф. корреляции R с поддержкой ББД (***) — на уровне 0,1%.)			<b>-0,683**</b>	<b>0,259</b>	<b>0,607**</b>	<b>-0,591**</b>

Примечание. Вопрос о ББД. Вы были бы «против» или «за» введения безусловного базового дохода в России? (на карточке перечислены основные положения этой системы), 1) Категорически против, 2) Против, 3) За, 4) Решительно за.

Изучение общественных настроений и оценок такой системы проводилось лишь в отдельных странах, в основном скандинавских [Bay, Pedersen, 2016]. Новые данные об общественном отношении к идее ББД в странах Европы были получены в Европейском социальном исследовании (ESS), в восьмую волну которого был включен специальный модуль «Социальная справедливость в Европе», разработанный коллективом социологов под руководством Вима ван Ооршота. Опросы были проведены в 23 странах «большой Европы», включая Россию, по случайной вероятностной выборке населения каждой страны 15 лет и старше методом личных интервью на дому у респондентов осенью 2016 — зимой 2017 гг. В каждой стране было опрошено от 1000 до 3000 человек, в России размер выборки составил 2450 респондентов (о методологии ESS см. В. Г. Андреенков, на сайте [www.europeansocialsurvey.org](http://www.europeansocialsurvey.org)) [Андреенков, 2009].

Анализ данных позволяет говорить, что в европейских странах на сегодняшний день сложились довольно разные представления и отношение к идее ББД. В ряде стран переход на такую систему пользуется значительной поддержкой — большинство респондентов в Литве, Венгрии, Словении, России, Израиле, Бельгии и Португалии высказались за введение такой системы. На другом полюсе находятся страны, где большинство населения против такой системы — это Норвегия, Швейцария и Швеция. В остальных странах общественное мнение разделилось на два противоположных лагеря сторонников и противников этой системы, и ни один из них не составляет большинство.

Россияне поддерживают переход на ББД в большей степени, чем жители большинства других стран Европы. Убеденных противников этой идеи в России оказалось немного (22%), а вот неопределившихся в своем мнении — 19%, что является самым высоким показателем среди 23 европейских стран. В условиях довольно ограниченной информации по этому вопросу и отсутствия широкого обсуждения этой идеи в средствах массовой информации такой результат предсказуем.

Довольно неожиданно, что поддержка идеи ББД выше в странах с более низким ВВП на душу населения. Напротив, в наиболее экономических благополучных странах поддержка идеи ББД ниже, чем в среднем в регионе. Можно говорить, что общественное мнение об идее ББД формируется на других основах, чем аргументы экономической возможности и целесообразности.

Другая гипотеза, объясняющая межстрановые различия в общественном отношении к ББД, состоит в том, что такое отношение формируется

как ответ на потребность в коренных реформах, неудовлетворенность нынешним состоянием и формой системы социального обеспечения, желании перемен. Мы видим (табл. 1), что в странах с более развитой системой социального обеспечения за радикальную реформу системы социальной поддержки выступает меньше граждан, чем в странах, где нынешняя система оценивается как менее удовлетворительная. Переход на систему ББД в меньшей степени поддерживают жители тех стран, в которых уже сейчас установлена наиболее универсальная система социального обеспечения, включающая достаточно широкие слои населения. Такая поддержка выше в тех странах, где нынешняя система социального обеспечения является целевой — зависит от положения на рынке труда, как, например, в Германии, от степени уязвимости (бедность, нетрудоспособность, многодетность и другие критерии потребностей) — как англосаксонских странах. Велика поддержка ББД в тех странах, где нынешняя система социального обеспечения является слабой экономически и уровень предоставляемой помощи низкий.

Третьей гипотезой является влияние такого фактора, как широта потребности в социальной государственной помощи, распространенность экономической «уязвимости» среди населения. Мы видим в табл. 1, что если связь общественного отношения к ББД с уровнем безработицы довольно слабая, то в отношении экономической уязвимости — очень сильная. Чем больше в стране доля населения с доходом, близким или ниже самого необходимого, «уровня выживаемости», тем выше поддержка идеи ББД.

Можно заключить, что в настоящее время общественная поддержка перехода на новый тип системы социального обеспечения — всеобщий, равный и безусловный — больше в тех странах, где общий экономический уровень страны ниже, острота потребности в государственной социальной поддержке выше, а существующая система социального обеспечения такую потребность не удовлетворяет. В странах же, где удалось приблизиться к системе если не всеобщей, то очень широкой и в достаточно степени равной социальной поддержки, поддержка коренных реформ и перехода на ББД наименьшая.

## Список литературы

1. Андрееenkova А. В. Представления о справедливости и экономическое неравенство в сравнительном межстрановом контексте // Общественные науки и современность. 2017. № 5. С. 18—30.

2. Андреенкoв В. Г. Метoдoлoгические прoблeмы и рeшeния в сoврeмeнных мeждунaрoдных срaвнитeльных исслeдoвaнияx // Рoссия в Eврoпe: пo мaтeриaлaм мeждунaрoднoгo прoектa «Eврoпeйскoe сoциaльнoe исслeдoвaниe», рeд. А. В. Андрeeнкoвa, Л. А. Бeлeвa. 2009. М.: Academia. С. 13—46.
3. Грязнoвa O. С., Мaгун В. С. Зaпрoсы житeлeй eврoпeйских стрaн нa гoсудaрствeнную пoддeржку и их бaзoвыe цeннoсти // Spero. 2012. № 17. Oсeнь-Зимa. С. 53—73.
4. Римский В. Л. Социaльнaя пoлитикa кaк мeтoд рeшeния сoциaльных прoблeм // Oбщeствeнныe нaуки и сoврeмeннoсть. 2006. № 5. С. 92—96.
5. Римский В. Л. Спрaвeдливoсть в сoврeмeннoй Рoссии: мeчты и ислeдoвaниe в сoциaльных прaктикaх // Oбщeствeнныe нaуки и сoврeмeннoсть. 2013. № 5. С. 27—36.
6. Bay A-H., Pedersen A. W. The limits of social solidarity: Popular attitudes towards basic income in a Nordic welfare state/ in Universal Basic Income: An idea whose time has come? Ed. by H. Reed and S. Lansley. 2016. Compass.
7. van Parijs P., Vanderborght Y. Basic Income: A Radical Proposal for a Free Society and a Sane Economy. 2017. Cambridge: Harvard University Press.

**Р. А. Убайдуллаева**

## **СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА ЦЕННОСТНЫХ ПРЕДСТАВЛЕНИЙ И УСТАНОВОК НАСЕЛЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ ОПРОСОВ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ)**

*УБАЙДУЛЛАЕВА Рано Ахатовна — академик АН Республики Узбекистан, доктор экономических наук, профессор, директор республиканского Центра изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр», Ташкент, Узбекистан*

*E-MAIL: info@ijtimoiy-fikr.uz*

**Аннотация.** В статье по результатам опросов общественного мнения анализируются тенденции в изменениях ценностных установок и представлений граждан Узбекистана, рассматривается современная ситуация в изучении ориентиров населения страны с точки зрения мировоззрения, отношения к культуре, политике, нравственности, менталитету, семейным отношениям, образованию, трудовым отношениям.

**Ключевые слова:** ценности, общественное мнение, социологический опрос, стратегия, представления, установки, духовность, патриотизм, современность, качества, интересы, человеческие отношения, безопасность, благополучие, семья, взаимоотношения, молодежь, старшее поколение, диалог, государство, общество

С уверенностью могу сказать, что я счастливый человек, потому что мне выпала честь жить в поистине интересное время для моей страны — Республики Узбекистан. Сегодня все мы живем в современном, динамично развивающемся, многонациональном государстве, в котором надежно обеспечивается мир, спокойствие и безопасность, осуществляются широкомасштабные меры, направленные на дальнейшее укрепление принципа верховенства закона как основного гаранта защиты прав, свобод и законных интересов граждан, создание условий для достойной и благополучной жизни каждого гражданина.

Как ученый, действительный член Академии наук Республики Узбекистан, констатирую, что в нашей стране уделяется огромное внимание развитию интеллектуального потенциала, созданию инновационных технологий и новейших научных разработок для различных сфер экономики, поддержки научных кадров и особенно талантливой молодежи.

За прошедший период в республике осуществлены поистине грандиозные преобразования, затронувшие все сферы развития узбекистанского общества. И отечественную науку они затронули особенно сильно. Основными целями Стратегии действий по пяти приоритетным направлениям развития Республики Узбекистан на 2017—2021 гг. являются стимулирование научно-исследовательской и инновационной деятельности, создание эффективных механизмов внедрения научных и инновационных достижений в практику.

Как директор республиканского Центра изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр», хотела бы подчеркнуть, что принципиальное значение в этих преобразованиях придается формированию новой системы прямого диалога государства и общества на основе научно обоснованного мониторинга общественного мнения страны во всех фазах — начиная от широкого обсуждения новых концепций и заканчивая систематической оценкой успешности их реализации.

22 февраля 2019 г. президент Республики Узбекистан подписал Указ «О мерах по государственной поддержке проведения социологических исследований», что стало важным этапом для развития отечественной социологии, изучения общественного мнения и обеспечения системного мониторинга общественного мнения и использования его результатов.

Человеческий потенциал, культурное своеобразие и возможности человеческого развития составляют основное богатство и достояние Узбекистана. Вопросы изучения и выявления проблем развития человеческого потенциала в социальном, культурном и духовно-нравственном аспектах в условиях многополярного мира необходимы как в целях управления социальным и культурным развитием страны, так и для продвижения положительного образа Узбекистана во внешних отношениях на межправительственном и неправительственном уровнях. Модернизация государства и общества требуют реалистического осмысления и всестороннего изучения особенностей нового качественного состояния современного узбекистанского общества, системы ценностных представлений и ценностных установок, преобладающих у населения, комплексного их изучения.

Центр изучения общественного мнения «Ижтимоий фикр» осуществляет целенаправленные систематические опросы населения с целью изучения системы основных духовно-нравственных ценностей и установок граждан Узбекистана в социально-экономической, правовой и политической жизни общества, выявления взаимосвязи распространенности среди

населения тех или иных ценностей и уровня модернизации общества, его экономического развития и демократизации. Результаты исследований позволяют более полно и многогранно осмыслить процессы, происходящие в узбекистанском обществе, человеческий потенциал как основное богатство Узбекистана, сформировать эффективные подходы к экспертизе принимаемых управленческих решений в аспекте их влияния на состояние и изменения общества. Полученная научно-исследовательская информация может оказать существенное влияние на работу органов государственной власти и управления, средств массовой информации, общественных объединений по формированию на международной арене образа Узбекистана и узбекистанцев.

Опросы общественного мнения показывают, что в Узбекистане происходит трансформация ценностных ориентаций граждан под влиянием различных факторов, связанных с динамичным развитием общественно-политических и социально-экономических отношений, процессов глобализации в целом. Сильный ценностный фундамент, присущий гражданам страны — это не только основа политической стабильности, но и база для позитивного состояния и социального самочувствия населения. Узбекистанское общество, как показывают результаты опросов, остается ориентированным на традиционные ценности — такие как семья, милосердие, толерантность и миролюбие, солидарность поколений и уважение к старшим, щедрость и гостеприимство, трудолюбие. Важно понимать, что если общество устойчиво в своей сердцевине — в ценностях, это не означает, что оно статично. В ходе опросов узбекистанцы демонстрируют высокие возможности к динамичному социальному и экономическому развитию. Полученные данные указывают на то, что в стране складывается новая морально-нравственная атмосфера, в общественном сознании постепенно утверждаются ценностные ориентации, отражающие стремление населения, и особенно молодежи к успеху, материальному благосостоянию, карьерному росту, духовно-нравственному совершенствованию.

Опросы общественного мнения выявили доминирование гражданской идентичности среди узбекистанского населения, почти 70 % граждан страны считают себя «прежде всего гражданином Республики Узбекистан». Другие типы идентичности встречаются реже, среди них можно выделить этнонациональную принадлежность, обусловленную общностью языка, культуры и традиций, а также религиозную.

Существенную роль в процессе самоопределения и конструирования своей идентичности играет приверженность граждан к определенному

образу жизни, который обычно трактуется как ориентированный либо на западные, европейские ценности, либо традиционный, основанный на поведенческих установках, связанных с соблюдением национальных традиций и народных обычаев. Результаты исследования показали, что большинство граждан страны отдают предпочтение традиционному образу жизни, основанному на приверженности национальным обычаям и традициям.

Население страны не только выражает свою приверженность традиционным ценностям и образу жизни, но и стремится, чтобы их дети и внуки в будущем также воспроизводили образ жизни, связанный с национальными культурными ценностями. Культурно-историческая принадлежность, традиции, своеобразный «духовный консерватизм» являются для узбекистанцев важными консолидирующими факторами. В то же время почти каждый десятый молодой человек предпочитает вести современный, основанный на западных ценностях образ жизни.

В число наиболее важных для узбекистанцев жизненных ценностей входят благополучная и счастливая жизнь, рождение и воспитание детей, служение отечеству, творческая и профессиональная самореализация.

В ходе исследования гражданам задавали вопрос: «При каких условиях Вы смогли бы признать свою жизнь успешной и удавшейся?». Большинство узбекистанцев (76,3%) ответило, что основными условиями успешной жизненной реализации являются создание семьи, наличие и воспитание детей. Очевидно, что системообразующими основаниями жизни узбекистанцев и трансляции их личностных смыслов выступают семейные отношения.

В Узбекистане семья находится под защитой общества и государства, осуществляется всемерная поддержка и укрепление института семьи, совершенствуются институциональные и правовые основы укрепления семьи и брака, стимулируются демографическое развитие и повышение уровня благосостояния граждан, укрепление воспитательного и образовательного потенциала семьи, сохранение в обществе традиционных семейных ценностей, улучшение духовно-нравственной атмосферы в семьях.

Проведенные опросы общественного мнения показали, что семья и дети, воспитание, духовно-нравственное развитие детей стабильно остаются наиболее значимыми ценностями в узбекистанском обществе. Большинство граждан страны считает, что ответственность за воспитание детей и их успешное взросление несет семья, а воспитание детей

является первоочередной обязанностью родителей, их важнейшим родительским долгом.

Опрос показал, что для узбекистанцев ценностью является образование, они граждане стремятся дать своим детям хорошее образование, в обществе усилилось понимание, что от всестороннего обучения и воспитания детей в дошкольном возрасте зависит успешность дальнейшего образования молодого поколения, так как именно дошкольное образование создает предпосылки для успешного обучения детей в школе и дальнейшей социализации подрастающего поколения в будущей жизни.

Получение высшего образования, успешная служебная карьера, высокий социальный статус в обществе — эти важные жизненные смыслы также остаются актуальными для многих узбекистанцев, особенно для молодых.

В то же время многие респонденты (78,4 %) считают, что в системе приоритетных ценностей и жизненных установок современных узбекистанцев происходят противоречивые изменения. По мнению граждан, сложные процессы, происходящие в современном обществе, резкое увеличение объема и значимости информационных потоков оказывают серьезное влияние на формирование картины мира и трансформацию традиционных норм и ценностей человека, особенно в молодежной среде. Как показали опросы, каждый третий респондент считает, что в мировоззрении современных узбекистанцев прагматические ценности, направленные исключительно на цели личного преуспевания, все в большей степени начинают преобладать над духовными, обусловленными социальным аспектом. Данное явление особенно характерно, по мнению респондентов, для молодого поколения. Участники опроса считают, что самыми негативными сторонами современной молодежи являются усиление прагматических мотивов в культурно-нравственных установках (17,8%), социальная безответственность, связанная с нежеланием взрослеть (17,4), терпимое отношение к нарушению норм морали (14,1%). Однако в общественном мнении, как свидетельствуют результаты опроса, узбекистанцы осознают, что надежный способ противостоять негативным явлениям — выработать собственный «духовный иммунитет личности». Именно поэтому граждане считают необходимым воспитывать детей нравственными, преданными своим семьям и Родине людьми, прививать детям такие качества, как стремление к образованности, любовь к труду, деловитость и предприимчивость, воспитанность и доброжелательность, уважение к народным традициям, истории и культуре.

Одной из основных жизненных ценностей для узбекистанцев является труд. Каждый четвертый узбекистанец считает, что «труд для человека — это главный признак жизни, пока человек трудится — он жив». В труде жители страны видят средство творческого самовыражения и самоутверждения в обществе, возможность достижения более высокого социального статуса, а также возможность приносить пользу людям и обществу.

Как показал опрос, при выборе работы 44,7 % граждан обращают первостепенное внимание на возможность получения высокой зарплаты, 43,4 % приоритетом считают возможность приносить пользу людям, быть им полезными, 34,6 % опрошенных полагают, что работа должна быть в первую очередь творческой и интересной.

В возрастном разрезе диапазон мнений по характеристикам труда, имеющим первостепенное значение, изменяется довольно существенно. Так, предпочтение высокой зарплате отдают 50,2 % опрошенных лиц в возрасте 30—39 лет. Они же наиболее часто, по сравнению с другими респондентами, выделяют престижную работу, обеспечивающую высокий социальный статус. Творческую работу, даже если она не высоко оплачивается, но приносит пользу людям, считают наиболее важной половина молодых респондентов в возрасте 18—19 лет, а каждый третий из них отдает предпочтение здоровому климату в трудовом коллективе.

Трудовая деятельность для современного жителя страны — это не только способ получения средств к существованию, труд в настоящее время стал главным признаком жизни, способом достижения определенного социального статуса и средством самореализации. Только благодаря своей трудовой деятельности человек имеет возможность заявить о себе как о полноправном члене общества, почувствовать свою значимость для окружающих.

Опрос общественного мнения показал, что политика в иерархической структуре ценностей узбекистанцев занимает важное место, граждан волнуют не только повседневные заботы и проблемы, они проявляют активный интерес к политическим процессам и событиям. Это закономерно, и объясняется активной модернизацией и решительными реформами в различных отраслях жизни государства и общества.

Результаты исследований убедительно свидетельствуют о возрастающей социальной активности и гражданском самосознании, повышающейся сопричастности граждан к процессам, происходящим в стране. Отвечая на вопрос: «Несет ли человек моральную ответственность за свою страну и решение ее проблем?» — абсолютное большинство граждан (88,4 %) ответили положительно.

Чувство ответственности за свою страну характерно для большинства жителей регионов Узбекистана, мужчин и женщин, представителей различных социальных слоев. В возрастном аспекте чувство ответственности увеличивается пропорционально возрасту: чем старше граждане, тем большую ответственность они ощущают за судьбу своей страны, за ее будущее, за то, в каком государстве будут жить их дети и внуки.

В целом, как показывает многолетний опыт изучения жизненных ценностей узбекистанцев, они определяют поведение граждан, выбор пути экономического развития и формы управления страной. При этом стоит отметить, что ценности меняются очень медленно, этот процесс может занять несколько поколений, несмотря на силу традиций, это возможно, а само изменение предсказуемо и даже управляемо. Узбекистанцы испытывают гордость за свою страну, за богатое историческое и культурное наследие, за национальные традиции и духовно-нравственные ценности, которые бережно сохраняются нашим народом и передаются из поколения в поколение. Первостепенная задача членов узбекистанского общества и каждого гражданина заключается в сохранении и передаче подрастающему поколению высших ценностей нашей национальной культуры — добра, милосердия, толерантности, уважения к старшим и сохранения семейных ценностей, благородства и трудолюбия. Проведенные опросы общественного мнения показали, что большинство граждан страны, признавая приоритет и значимость демократических ценностей, сознавая моральную ответственность за страну, готовы предпринимать активные действия, направленные на развитие и утверждение в обществе ценностей и принципов демократии, а также на совершенствование норм гражданского общества, защиту и обеспечение прав и свобод граждан.

## Роль исследований волонтерства для развития сектора: фактор развития или убеждающий ритуал?

Т. А. Гужавина

### СОЦИАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ В ВОЛОНТЕРСКОМ ДВИЖЕНИИ

ГУЖАВИНА Татьяна Анатольевна — кандидат философских наук, доцент, ведущий научный сотрудник, ФГБУН ВолНЦ РАН, Вологда, Россия

E-MAIL: [tanja\\_gta@mail.ru](mailto:tanja_gta@mail.ru)

**Аннотация.** Волонтерство как форма гражданского участия получает распространение и поддержку. Находясь в процессе системного формирования, оно нуждается и в социоинженерном сопровождении. Выявление групп, ориентированных на данный вид деятельности, их ресурсов возможно с использованием методики определения уровня накопленного социального капитала, разработанной коллективом ученых ВолНЦ РАН. Методика позволяет дать оценку уровня накопленного социального капитала его носителей. Было установлено, что респонденты, обладающие большим уровнем накопленного социального капитала, опираясь на него, как на ресурс своих возможностей, проявляют большую активность как в участии в волонтерских акциях, так и в их инициации. Использование данной методики позволяет выявлять те среды и те группы, где возможно рекрутирование волонтеров.

**Ключевые слова:** социальный капитал, внешние эффекты, гражданское участие, волонтерство, социальное управление, социальная диагностика

Социально-гражданское участие, будучи инициативным действием индивида, является источником ресурсов для решения социальных проблем в региональном сообществе. Среди множества его форм выделим волонтерство, которое переживает период системного формирования. Одна из основных проблем этого периода — рекрутирование участников. В реальности существует разрыв между заявляющими о готовности принять участие и участвующими в волонтерской деятельности. Волонтерство имеет своим основанием добровольное участие в деятельности, направленной на решение социально значимых задач, без ожидания вознаграждения. Одним из факторов, способствующих развитию данной формы гражданской активности, является социальный капитал.

Социальный капитал как нематериальный ресурс интересен прежде всего своими внешними эффектами, которые обнаруживаются во всех сферах человеческой жизнедеятельности. Эти экстерналии можно трактовать как возникающие в ходе взаимодействия социальные выгоды, которые получают и общество, и индивид. В случае индивида волонтерская деятельность дает новый нравственный и житейский опыт, новые связи и новые контакты, возможность для самореализации. Участие в волонтерской деятельности ведет к обогащению индивидуального социального капитала, к его росту. В случае общества это появление возможности решить социально значимые задачи, привлечь для этого дополнительные ресурсы. В истории нашей страны имеется и исторический опыт добровольческой деятельности, и опыт привлечения к волонтерству в современном его понимании. Исследователи отмечают как наличие организованного волонтерства, так и его скрытых форм [Киреева, 2011].

Для понимания имеющихся социальных ресурсов, необходимых при развитии волонтерства как социально одобряемой деятельности, имеет значение выявление его реальной базы, то есть тех слоев и групп в обществе, которые готовы к реальному участию в таком виде деятельности. С этой целью возможно использование методики по исследованию накопленного социального капитала, которая была разработана группой исследователей ВолНЦ РАН в ходе выполнения проекта, поддержанного РФФИ (грант № 16—03000188-ОГН) [Гужавина, Афанасьев, 2018]. Респондентами выступили взрослые (старше 18 лет) жители Вологодской области ( $n = 1500$ ). Выборочная совокупность была разбита в соответствии с квотами по половозрастному составу населения. Для уменьшения систематических смещений в выборку вносились элементы случайного отбора. Для анализа полученных данных использовались программы SPSS и Excel.

По полученным данным, около 12% респондентов принимали участие в волонтерской деятельности. Для выявления взаимосвязи данного вида гражданской активности и имеющегося социального капитала использовалась методика определения уровня его накопления индивидами [Гужавина, Афанасьев, 2018]. На основании рассчитанного индекса все респонденты были разделены на пять групп. В первую группу были включены люди с низким уровнем социального капитала, в пятую — с высоким. Остальные группы имеют промежуточное значение. Группы различаются по базовым индикаторным признакам. Как показывают результаты исследования, обладатели более высокого уровня накопленного социального капитала не только демонстрируют готовность к участию, но и реально включены в волонтерскую

деятельность. Среди респондентов, отнесенных на основании рассчитанного индикатора социального капитала к различным группам, доля участвующих в волонтерской деятельности имеет существенные отличия. Так в первой группе с низким социальным капиталом таковых оказалось 3%, в пятой группе с высоким социальным капиталом их доля составила 31%.

Волонтеры участвовали в организации различных мероприятий. Их активность во многом зависит от имеющегося социального капитала, с опорой на который и реализовывались проекты. Среди респондентов-волонтеров наиболее активны те, кто отнесен нами к группе с высоким уровнем социального капитала. Они были инициаторами коллективных действий как по реализации своего проекта (60%), так и по реализации чужого предложения (60%), что говорит об их инициативности. Среди отнесенных к первой группе таковых не оказалось совсем (0%).

Волонтерство в большей степени сосредоточено в городах. Их жители составили большую часть участников движения (84%). Среди волонтеров люди со средне-специальным (46%) и высшим образованием (33%), студенты (41%), специалисты, занятые в социальной сфере (17%), промышленности (21%), сфере обслуживания (24%). Многие из тех, кто не занят производительным трудом, а таковых среди волонтеров 22%, занимаются волонтерством. В основном это студенты и пенсионеры. Тем не менее большая часть волонтеров — это люди в возрасте от 30 до 50 лет.

Применяемая диагностика позволяет выявить те среды, где социальный капитал формируется более активно. С точки зрения социальной инженерии это дает возможность именно там разворачивать деятельность по привлечению его обладателей к участию в волонтерских проектах. Использование опросных данных, а также аналитических методик, фактически и есть социоинженерная деятельность. Однако ее эффективность снижается за счет того факта, что ее субъекты разрознены и взаимодействуют по отдельности. Социологи диагностируют, управленцы реализуют — но фрагментарно. Задача в усилении проникновения социологии в управленческую деятельность.

## Список литературы

1. Киреева Л. В. Феномен современного добровольчества // Вестник ПСТГУ IV педагогика, Психология. 2011. № 2 (21). С. 19—25.
2. Региональный социальный капитал в условиях кризиса: монография / Т. А. Гужавина, Д. В. Афанасьев, И. Н. Воробьева и др. ; Череповец. гос. ун-т. Череповец : ЧГУ, 2018. 220 с.

**О. И. Щербакова, Т. А. Демина**

## **ВЗАИМОСВЯЗЬ УРОВНЯ СТРЕССА И ДОБРОЖЕЛАТЕЛЬНОСТИ У ВОЛОНТЕРОВ И ЛЮДЕЙ, НЕ ЗАНИМАЮЩИХСЯ ВОЛОНТЕРСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ**

*ЩЕРБАКОВА Ольга Ивановна — доктор психологических наук, профессор кафедры психологии, ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», Москва, Россия*

*E-MAIL: olga716@bk.ru*

*ORCID: 0000-0002-0977-1851*

*ДЕМИНА Татьяна Алексеевна — студентка 4 курса группы 1470, факультета менеджмента, ФГБОУ ВО «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова», Москва, Россия*

*E-MAIL: demitiana@mail.ru*

**Аннотация.** Авторы рассмотрели понятие «волонтерство», его цель, задачи, функции и виды в теоретических современных исследованиях. В эмпирической части исследования показана выборка респондентов, состоящая из двух групп: занимающихся волонтерством и не занимающихся этим видом деятельности, которые были протестированы по шкале Д. Кэмпбелла. Среди волонтеров были выделены две группы людей с разным уровнем доброжелательности (средний и высокий); у испытуемых, которые не занимались волонтерством, было выявлено три группы людей с разным уровнем доброжелательности (низкий, средний и высокий); среди испытуемых, которые занимаются волонтерством, по тесту Т. Иванченко было выделено три группы людей с разным уровнем стресса (низкий, нормальный и выше нормы); у испытуемых, которые не занимались волонтерством, — четыре группы (низкий, нормальный, выше нормы и очень высокий). Сравнительный анализ результатов показал, что доброжелательность сотрудников-волонтеров выше, чем доброжелательность других испытуемых, а также что у респондентов, не занимающихся волонтерством, уровень стресса выше, чем у остальных. В результате корреляционного анализа выявлена сильная взаимосвязь между уровнем стресса и доброжелательностью у волонтеров ( $r = -0,74678$ ), а также сильная взаимосвязь и у контрольной группы ( $r = -0,6901$ ). В заключении исследования авторы приходят к выводу, что такие личностные качества, как высокая доброжелательность и низкий уровень стресса, помогают заниматься волонтерством.

**Ключевые слова:** волонтерство, цель, задачи, функции, виды волонтерства уровни стресса у волонтеров, уровень доброжелательности у волонтеров, сравнительный анализ уровней стресса и доброжелательности

**Введение.** Волонтеры могут действовать либо индивидуально (работать бесплатно как в коммерческих, так и некоммерческих организациях медицинского профиля, сферы образования, социального обеспечения), либо быть членами волонтерской организации и действовать от ее имени [Ахрамеев, 2010: 2—5]

Доктор педагогических наук В. Г. Бочарова рассматривает волонтерство как форму филантропии — «человеколюбия, благотворительной деятельности, социальной поддержки, патронажа и защиты нуждающихся граждан, а также проявления милосердия к ним» [Киреева, 2011: 19—25].

Волонтерство, или добровольчество — это способ создавать общественные взаимоотношения, совершенствовать и находить применение собственным нравственным, духовным качествам, получать новые навыки, а также оказывать другим и находить самим себе поддержку, друзей, чувствовать свою необходимость и пользу [Барсукова, Шаповалов, 2013]. К волонтерам относят разных людей [Даль, 2010; Горшков, Шереги, 2003: 82—83].

Как благотворительная деятельность волонтерская работа не является спонтанной, она настроена на достижение конкретных результатов и целей, которые обусловлены природой этого социального феномена [Екимова, 2010]. Цели волонтерства определены, например, в работе [Кузьменко, Баркунова, 2012: 88—91]. Также волонтерство выполняет ряд задач [Еремина, 2012]. Основные результаты волонтерства как социального института описаны у многих исследователей (см., например, [Даль, 2010]).

Волонтерство выполняет субъективные функции [Великанова, 2011: 18—20; Железовская, 2012] и с точки зрения социума — аксиологическую, социализации, повышения гражданской активности, содействие решению социальных проблем [Коныгина, 2011].

Существуют разные виды волонтерства: волонтерство в поддержку детям, оставшимся без попечения родителей; социальное и экологическое волонтерство; религиозное и корпоративное; событийное и инклюзивное; волонтерство в области культуры; волонтерство пенсионеров и др. [Кисилев, 2013; Воронцова, 2012; Вандышева, 2014; Кичева, Попова, 2011].

## Описание методов и результатов исследования

Предмет исследования: уровень стресса и доброжелательности у волонтеров.

Цель: изучение влияния стресса на доброжелательность волонтеров.

Гипотеза: волонтеры доброжелательнее и имеют более низкий уровень стресса, чем люди, не занимающиеся волонтерской деятельностью.

Задачи:

1. Провести теоретический обзор литературных источников по обозначенной проблеме.
2. Выявить уровень доброжелательности и уровень стресса у респондентов.
3. Выявить взаимосвязь между уровнем стресса и доброжелательностью у волонтеров и не занимающихся волонтерской деятельностью.

Методы:

1. Теоретический анализ литературы по теме исследования.
2. Эмпирические методы: опрос, психодиагностические методики (Шкала доброжелательности Д. Кэмпбелла; опросник Т. Иванченко «Инвентаризация симптомов стресса»).
3. Статистические методы обработки данных: корреляционный анализ, метод сравнения.

В исследовании, проведенном в конце 2018 г., приняли участие 50 респондентов: 25 человек, занимающихся волонтерством (50%), и 25 человек, не занимающихся волонтерством (50%). Все респонденты являются сотрудниками различных предприятий. Возраст респондентов — 23—29 лет, из них 6 человек (12%) в возрасте 23 лет, 2 человека (4%) в возрасте 24 лет, 9 человек (18%) в возрасте 25 лет, 11 человека (22%) в возрасте 26 лет, 14 человек (28%) в возрасте 27 года, 4 человека (8%) в возрасте 28 лет и 4 человека (8%) в возрасте 29 лет.

На основе ответов испытуемых, которые занимаются волонтерством, по шкале Д. Кэмпбелла было выделено две группы людей с разным уровнем доброжелательности:

1. В первую группу вошли 14 респондентов, у которых выявлен средний уровень доброжелательности. Это 56% от всех испытуемых.

2. Во вторую группу вошли 11 респондентов, у которых выявлена высокая доброжелательность. Это 44 % от всех испытуемых.

Важно отметить, что ни один волонтер не имеет низкую доброжелательность. Также интересно, что у достаточно большого процента (44 %, почти половина) респондентов высокая доброжелательность.

На основе ответов испытуемых, которые занимаются волонтерством, по тесту Т. Иванченко было выделено три группы людей с различными уровнями стресса:

1. В первую группу вошли два человека, у них выявлен очень низкий уровень стресса. Это 8 % от всех испытуемых.

2. Во вторую группу вошли 18 человек, которые обладают нормальным уровнем стресса. Это 72 % от остальных респондентов.

3. В группу с адаптивностью выше нормы вошло всего пять человек. Это 20 % от остальной группы.

Важно отметить, что ни один волонтер не имеет очень высокого уровня стресса.

На основе ответов испытуемых по шкале Кэмпбелла среди респондентов, не занимающихся волонтерской деятельностью, было выделено три группы людей с разным уровнем доброжелательности:

1. Среди данных респондентов оказалось три человека с низкой доброжелательностью, они составляют 12 % от общего количества испытуемых.

2. Во вторую группу вошли 15 респондентов, у них выявлена средняя доброжелательность. Это 60 % от всех испытуемых.

3. В третью группу вошли семь человек, у них высокая доброжелательность. Это 28 % от остальных респондентов.

Следует отметить, что у большинства испытуемых средняя доброжелательность, но также в этой группе появились люди с очень низкой доброжелательностью.

На основе ответов испытуемых, которые не занимаются волонтерством, по тесту Т. Иванченко было выделено четыре группы людей с разным уровнем стресса:

1. Среди данных респондентов оказалось три человека с низким уровнем стресса, они составляют 12 % от общего количества испытуемых. Это первая группа.

2. Во вторую группу вошли 12 респондентов, у них выявлен нормальный уровень стресса. Это 48 % от всех испытуемых.

3. В третью группу вошли семь человек, у них уровень стресса выше нормы. Это 32 % от остальных респондентов.

4. В четвертую группу вошли два респондента с очень высоким уровнем стресса. Это 8% от остальных испытуемых.

Из анализа видно, что в этой группе появились люди с очень высоким уровнем стресса.

На рисунке 1 показано, что доброжелательность волонтеров выше, чем доброжелательность других испытуемых.



Рисунок 1. Сравнительный анализ уровня доброжелательности у респондентов (по методике Д. Кэмпбелла)

Также мы провели сравнительный анализ уровня стресса у волонтеров и тех, кто не занимался волонтерской деятельностью. Результаты представлены на рисунке 2.



Рисунок 2. Сравнительный анализ уровня стресса у респондентов (по методике Т. Иванченко)

На рисунке 2 видно, что у респондентов, не занимающихся волонтерством, уровень стресса выше, чем у волонтеров.

При проведении корреляционного анализа была выявлена сильная взаимосвязь между уровнем стресса и доброжелательностью у волон-

теров ( $r = -0,74678$ ), а также сильная взаимосвязь и у контрольной группы ( $r = -0,6901$ ).

Рассмотрим, как доброжелательность влияет на уровень стресса.

Из 18 респондентов с высокой доброжелательностью четыре (22 %) обладают низким уровнем стресса, у 13 (72 %) людей средний уровень, у одного (6 %) человека высокий уровень стресса.

Из 26 респондентов со средней доброжелательностью у одного (4 %) респондента низкий уровень стресса, 18 (69 %) респондентов средний уровень стресса, у семи (27 %) — высокий.

Из трех респондентов с низкой доброжелательностью один (33 %) испытуемый обладает высоким уровнем стресса, у двух (67 %) респондентов очень высокий уровень стресса.

**Выводы.** Анализ результатов исследования позволяет утверждать, что волонтеры действительно обладают схожими личностными особенностями: высокой доброжелательностью и низким уровнем стресса, которые помогают им заниматься волонтерством. Следовательно, выдвинутая нами гипотеза нашла свое подтверждение в проведенном исследовании.

### Список литературы

1. Ахрамеев Д. Помогая другим- развиваешься сам // Будь в теме. 2010. № 7. С. 2—5.
2. Барсукова Т. И., Шаповалов А. В. Критерии, показатели и индикаторы социологического анализа добровольческого движения // Историческая и социально-образовательная мысль. 2013. № 5 (21).
3. Вандышева Л. В. Эмоциональный труд волонтеров: анализ опыта реализации // Фундаментальные исследования. 2014. № 9. С. 838—842.
4. Великанова Е. В. Молодежные общественные объединения: традиции, педагогические проблемы, состояние, перспективы развития // Мир науки, культуры, образования. 2010. № 1. С. 219—221.
5. Великанова Е. В. Волонтер — это звучит гордо // Дети улиц: Информационно-консультативный вестник. 2011. № 1. С. 18—20.
6. Воронцова А. В. Развитие волонтерства в молодежной среде // Отечественный журнал социальной работы. № 1. 2012. С. 120.
7. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Прикладная социология. М. : ЦСП, 2003. С. 82—83.
8. Даль Л. В. Волонтерство как способ развития социальной активности : учебно-методическое пособие к курсу по выбору студентов. Арзамас : АГПИ, 2010. 60 с.

9. Екимова С. Г. Волонтерская деятельность как ресурс личностно-профессионального развития будущих специалистов по социальной работе : дисс. ... канд. пед. наук. Хабаровск, 2010. 226 с.
10. Еремина Ю. С. Волонтерская деятельность студентов как одно из направлений социально–воспитательной работы в вузе. URL: [http://www.rusnauka.com/35\\_OINBG\\_2012/Pedagogica/3\\_120504.doc.htm](http://www.rusnauka.com/35_OINBG_2012/Pedagogica/3_120504.doc.htm) (дата обращения: 14.03.2019).
11. Железовская И. А. Социальная адаптация детей-сирот через волонтерскую деятельность // Научные исследования в образовании. 2012. № 1. С. 17—21.
12. Киреева Л. В. Феномен современного добровольчества. Вестник ПСТГУ, выпуск 2 (21), 2011. С. 19—25.
13. Кисилев И. Ю. Волонтерство как социальный капитал // Вестник социально-политических наук. 2013. № 12. С. 53—61.
14. Кичева И. В., Попова А. Ф. Волонтерство в системе гражданского воспитания студентов // Социальная педагогика: вызовы XXI века / отв. ред. Е. А. Юрина. Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г. В. Державина, 2011. С. 500—505.
15. Коныгина М. Н. Формы социально-помогающей деятельности как предмет социологического исследования // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2011. № 3. С. 134—138.
16. Кузьменко И. В., Баркунова О. В. Добровольческая деятельность молодежи как технология сетевого взаимодействия // Вестник ТГПУ. 2012. № 8. С. 88—91.

**А. Г. Истомина**

## **ВОЛОНТЕРСТВО НА СПОРТИВНЫХ МЕГАСОБЫТИЯХ (НА ПРИМЕРЕ ЧЕМПИОНАТА МИРА ПО ФУТБОЛУ FIFA 2018)**

*ИСТОМИНА Анна Геннадьевна — социолог-исследователь, АНО «Эволюция и Филантропия»,  
Москва, Россия*

*E-MAIL: anna.genn.istomina@gmail.com*

*ORCID: 0000-0001-8094-7699*

**Аннотация.** В тексте представлены результаты исследования волонтерства на спортивных мегасобытиях на примере волонтерской программы Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 РЦ «Мосволонтер». В рамках исследования был определен портрет спортивных волонтеров (социально-демографические характеристики, мотивы, опыт волонтерского участия); выявлено социальное воздействие спортивного событийного волонтерства на человеческий, социальный и культурный капиталы волонтеров; а также определен потенциал участия спортивных волонтеров в системной регулярной добровольческой деятельности. Исследование реализовано в феврале—сентябре 2018 г. Основным методом исследования стал онлайн-опрос, проведенный в два этапа: на «входе» в волонтерскую программу Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 и «выходе» из нее.

**Ключевые слова:** спортивное событийное волонтерство, волонтерство на спортивных мегасобытиях, мотивы волонтерства, потенциал волонтерства

### **Актуальность, методология и задачи исследования**

В России на протяжении последних лет активно развивается спортивное волонтерство, формируется инфраструктура спортивного событийного волонтерства, складываются практики и технологии управления спортивными волонтерами. В Москве активное развитие спортивного волонтерства началось с Кубка Конфедераций FIFA 2017 в рамках программы «Городские волонтеры» РЦ «Мосволонтер», которая продолжалась подготовкой и организацией деятельности пяти тысяч волонтеров в рамках Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в Москве. Завершение крупных спортивных мегасобытий ставит перед представителями во-

лонтерского сектора проблему наследия, связанную с вовлечением большого числа бывших и действующих спортивных событийных волонтеров в более организованную системную добровольческую активность. На сегодняшний день дискуссии экспертов о возможности и способах канализации спортивных волонтеров в долгосрочное формальное (главным образом социальное) волонтерство происходят на фоне недостатка открытых исследовательских данных о мотивах и ценностях спортивных волонтеров, их готовности продолжать волонтерскую деятельность после завершения спортивных мегасобытий. Данное исследование нацелено на частичное восполнение подобных данных<sup>1</sup>.

Исследование проводилось в два этапа: в феврале-июле и в июле-сентябре 2018 г. Первый этап исследования соответствовал моменту «входа» участников в волонтерскую программу и прохождения образовательного курса перед началом волонтерской работы на ЧМ-2018. Методом исследования на этом этапе был онлайн-опрос (в ходе полевого этапа было собрано 2614 анкет, что составляет 52 % от генеральной совокупности). Второй этап исследования соответствовал моменту «выхода» участников из волонтерской программы. Основными методами на этом этапе выступили онлайн-опрос (было собрано 1215 анкет; таким образом, выборка составила 24 % от ГС) и качественные глубинные интервью. В рамках исследования решались следующие задачи: (1) описание портрета спортивного событийного волонтера (его социально-демографических характеристик, мотивов волонтерского участия, опыта организованного волонтерства и др.); (2) определение социального воздействия спортивного событийного волонтерства на социальный, человеческий, культурный капиталы волонтеров и дальнейшую гражданскую активность; (3) определение потенциала участия спортивных волонтеров.

## Основные результаты исследования

*1. Профиль спортивного волонтера.* Женщины значительно чаще участвуют в спортивных мегасобытиях, чем мужчины: три четверти и одна четверть соответственно. Подавляющее большинство волонтеров (около 80 %) — студенты и школьники в возрасте до 24 лет и, соответственно, имеют общее среднее или неполное высшее образование.

<sup>1</sup> Исследование «Волонтерство на спортивных мегасобытиях (на примере Кубка конфедераций ФИФА 2017 и чемпионата мира по футболу ФИФА 2018)» проведено Ресурсным центром «Мосволонтер» Комитета общественных связей и молодежной политики города Москвы совместно с автономной некоммерческой организацией «Эволюция и Филантропия».

*Мотивы участия.* В рамках данного исследования использовалась функционалистская теория мотивов [Clary at al., 1998], согласно которой волонтеры в своей добровольческой деятельности могут руководствоваться шестью основными типами мотиваций: альтруистической (желание действовать в соответствии с общечеловеческими ценностями и помогать другим), личностной или мотивами понимания (желание приобрести новые навыки, опыт, узнать других людей), социальной (желание стать членом группы, расширить социальные контакты, получить одобрение), карьерной (приобретение опыта и навыков для продвижения по карьерной лестнице), защитной (решение собственных проблем и преодоление страхов) и повышением самооценки или мотивами личного самосовершенствования (повышение уверенности в себе, укрепление чувства собственного достоинства). Результаты опросов показали, что основными мотивами участия спортивных волонтеров являются *личностные* (ими движимы 64 % волонтеров), *карьерные* (45 %) и *альтруистические* (43 %). В меньшей степени волонтеры руководствуются *социальными* мотивами (37 %) и *повышением самооценки* (29 %). *Защитные* мотивы почти не свойственны спортивным волонтерам.

*2. Социальное воздействие волонтерства на мегасобытиях.* Для оценки социального воздействия спортивного волонтерства на самих добровольцев, в частности, на их человеческий, социальный и культурный капиталы, был адаптирован Инструмент социального воздействия волонтерства (Volunteering Impact Assessment Toolkit) [Smith at al., 2015].

*Человеческий капитал.* Результаты опроса показали, что участие в волонтерской программе ЧМ-2018 способствовало улучшению *коммуникативных навыков* 77 % респондентов, повышению уровня различных знаний 73 % опрошенных (при этом рост коммуникативных навыков и знаний отмечается преимущественно в группах молодых волонтеров). О положительном влиянии опыта волонтерства на ЧМ-2018 на внутреннее состояние, в частности, на *повышение уверенности в себе, самооценку и самоконтроль*, сообщили 61 % опрошенных. Благодаря волонтерскому участию в ЧМ *ощущение счастья и цели в жизни* усилилось у половины респондентов (48 %).

*Социальный капитал.* Участие в волонтерстве значительно расширяет *социальные связи* людей. Данные опроса показывают, что благодаря волонтерству на ЧМ-2018 у 80 % респондентов расширился круг друзей и знакомых (количество друзей и знакомых увеличилось преимущественно у молодежи до 25 лет и у серебряных волонтеров старше

55 лет). Другим индикатором социального капитала является *уровень межличностного и институционального доверия*. По данному показателю наблюдается самые незначительные улучшения (*уровень доверия к другим людям* повысился только у 30 % опрошенных), а также — ухудшения (5 % респондентов отмечают снижение уровня доверия к другим). О росте *доверия к НКО* сообщает половина респондентов; и только 16 % опрошенных отмечают повышение *доверия к власти*, а 9 %, наоборот, отмечают снижение доверия.

*Культурный капитал*. Благодаря волонтерству на ЧМ-2018 более половины (65 %) респондентов стали *лучше понимать людей других стран, культур* (об увеличении понимания людей других культур сообщают преимущественно люди среднего возраста и серебряные волонтеры). Половина (50 %) опрошенных отмечают, что волонтерство на ЧМ-2018 способствовало *лучшему пониманию других поколений*. Менее половины участвующих стали *лучше понимать людей с инвалидностью*. Более трети (38 %) опрошенных сообщили об *укреплении чувства национальной идентичности*, тогда как больше половины опрошенных не чувствуют таких изменений.

*3. Потенциал участия спортивных волонтеров*. О готовности участвовать в добровольчестве на «входе» в волонтерскую программу ЧМ-2018 сообщили 69 % опрошенных (30 % на тот момент не определились с решением, 1 % заявили о нежелании участия в дальнейшем), на «выходе» — 75 % опрошенных (при 23 % неопределившихся и 2 % не желающих продолжать волонтерскую деятельность). Таким образом, на протяжении волонтерской программы потенциал волонтерского участия возрос на 6 %, доля неопределившихся снизилась на 7 %, и на 1 % возросло число тех, кто утвердился в решении не продолжать волонтерскую деятельность в будущем.

Наиболее привлекательные для участия направления волонтерства среди спортивных волонтеров — *событийное, культурное, социальное и экологическое*, далее по популярности следуют *донорство, патриотическое и медиаволонтерство*, менее привлекательны волонтерство общественной безопасности и медицинское. При этом для респондентов среднего возраста и людей с высшим образованием наиболее привлекательно социальное и экологическое волонтерство. Пенсионеры и люди со средним специальным образованием существенно чаще, чем другие, готовы участвовать в *событийном, культурном, медиаволонтерстве и волонтерстве общественной безопасности*. Молодежь и люди среднего

возраста, а также респонденты с неполным и полным высшим также хотели бы стать донорами.

### **Список литературы**

1. Clary E. G., Snyder M., Ridge R. D., Copeland J., Stukas A. A., Haugen J., Meine P. Understanding and Assessing the Motivations of Volunteers: A Functional Approach. *Journal of Personality and Social Psychology*. 1998. Vol. 74. No. 6. P. 1516—1530.
2. Smith J. D., Ellis A., Gaskin K., Howlett S., Stuart J. Volunteering Impact Assessment Toolkit: a practical guide for assessing the difference that volunteering makes. NCVO, 2015.

## Социальные мобильности: трансформация социальных систем под влиянием ключевых глобализационных трендов

**С. Ю. Сивоплясова**

### **БРАЧНАЯ ЭМИГРАЦИЯ ИЗ РОССИИ: ПРОБЛЕМЫ И ПРОГНОЗЫ**

*СИВОПЛЯОСВА Светлана Юрьевна — кандидат экономических наук, доцент, ведущий научный сотрудник Центра социальной демографии, Институт социально-политических исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской Академии наук, Москва, Россия; доцент кафедры информационных технологий в экономике и менеджменте, Московский авиационный институт (национальный исследовательский университет), Москва, Россия*

*E-MAIL: svetlankamos84@rambler.ru*

*ORCID: 0000-0002-3239-4230*

**Аннотация.** Статья посвящена исследованию проблем особой формы миграции — брачной миграции. Специфика данной формы миграции заключается в том, что основу миграционного потока составляют женщины и девушки. Мужчины составляют незначительную долю. Феномен брачной миграции известен с давних времен, однако сегодня он получил широкое распространение, явление стало массовым. В связи с этим и последствия, которые несет брачная миграция, весьма разнообразны. Можно выделить положительные и отрицательные последствия, последствия для самой женщины и для страны в целом. К последствиям брачной миграции относятся прямое и «косвенное» сокращение численности населения, риск попадания в систему международного траффинга, риск отъема детей и другие. Проведенное социологическое исследование в форме анкетирования женщин репродуктивного возраста в регионах с высоким уровнем женской эмиграции показало, что брачная миграция сохраняет популярность. Поэтому необходима разработка комплекса мер по снижению негативных последствий данной формы миграции.

**Ключевые слова:** брачная эмиграция, женщины, «русские жены», последствия, прогнозы

Брачная миграция является специфической и слабо изученной формой миграции. Она представляет собой перемещение людей с целью заключения брака. Феномен брачной миграции возник еще во времена первобытного общества, когда в жены брались девушки из соседних племен. Такое поведение было продиктовано медицинскими причинами и самосохранительными мотивами. Позже распространение получили браки между представителями монархических династий разных стран, а к медицинским добавились политические причины международной брачной миграции. В настоящее время выбор брачного партнера является личным делом каждого человека, а причины поиска супруга на международном брачном рынке отличаются широким разнообразием.

Важной особенностью современной брачной миграции является то, что основу миграционного потока составляют женщины и девушки (около 98%). При этом представительницы прекрасного пола формируют главным образом эмиграционный поток из России. Молодые красивые девушки в так называемом «золотом десятилетии» [Сигарева, 2014] — возрасте 19,5—28 лет [Тюрюканова, 1996] зачастую направляются за рубеж в поисках спутника жизни. В связи с этим в нашей стране сокращается генофонд, снижаются демографический и экономический потенциалы.

Брачная миграция как явление и как объект исследования имеет ряд проблем. Изучение брачной миграции существенно осложняется недостатком статистической информации. Крайне сложно достоверно оценить масштабы данного процесса.

К основным источникам информации о миграции можно отнести данные Федеральной службы государственной статистики России, которые отражают объемы постоянной миграции (в частности, эмиграционного и иммиграционного потоков). Однако для целей исследования брачной эмиграции из страны эти данные использовать сложно. Причин тому несколько. Прежде всего, статистические таблицы не содержат данных о числе мигрантов, выехавших с целью заключения брака. Правила регистрационного учета не предусматривают обязательного уведомления органов госвласти о своем выезде из страны. Поэтому такие люди становятся «не видны» статистике. Следовательно, существует проблема «недоучета» мигрантов.

Использовать данные Росстата для целей настоящего исследования возможно только в совокупности с экспертными оценками. Так, по оценкам экспертов, примерно каждая третья женщина, выехавшая из страны на постоянное место жительства за границу, имеет отношение к брачному

каналу миграции. В числовом выражении это не менее 350 тыс. человек за 24 года (с 1993 г. по 2017 г.) [Численность и миграция..., 1993—2017].

Несколько нивелировать недостатки отечественной статистики можно было бы, обратившись к данным зарубежной статистики об иммиграционных потоках. Однако далеко не все страны ведут учет брачных мигрантов. Поэтому для анализа масштабов брачной эмиграции из России использовались данные о числе выданных «виз невест» (учет ведется в США и Германии), о числе зарегистрированных браков между гражданами страны и россиянками (данные по Испании), о численности иностранцев, получивших гражданство страны на основании заключенного брака с гражданином государства (данные по Франции), данные консульского учета (данные по Турции и ЮАР), результаты переписей населения, в которых указывается численность смешанных браков (данные по Японии), а также экспертные оценки (данные по Корее и Китаю). Таким образом, можно сделать вывод, что реальный масштаб брачной эмиграции из России по сравнению с представленными больше в два-три раза.

Проблемы брачной эмиграции из России как явления заключаются в тех негативных последствиях, которые она несет. Во-первых, в результате брачной миграции сокращается численность населения страны. Молодые красивые девушки уезжают за рубеж в поисках мужа и остаются в другой стране на постоянное место жительства. Даже если брак складывается неудачно, женщины не стремятся возвращаться на родину и продолжают поиски спутника жизни за границей. Таким образом, брачная миграция имеет форму безвозвратной.

Во-вторых, брачная миграция приводит к «косвенному» сокращению численности населения. Оно выражается в том, что эмигрантки рожают детей не в России, а за границей. Данный факт затрудняет стабилизацию демографической ситуации в стране. Основываясь на данных статистики о численности эмигрировавших за рубеж женщин, а также динамики суммарного коэффициента рождаемости, можно сделать вывод, что за период 1993—2016 г. наша страна «недосчиталась» около 0,5 млн детей. Вместе с тем, проведенный в 2016 г. Центром социальной демографии ИСПИ РАН социологический опрос выявил, что женщины, ориентированные на переезд за рубеж, имеют более позитивные репродуктивные установки. В связи с этим можно сказать, что Россия «косвенно» потеряла около 0,6 млн детей [Сивоплясова, Мосягина, 2018].

Брачная миграция имеет негативные последствия не только для страны, но и для самих женщин в случае, если они сталкиваются с обманом.

Во-первых, существует риск попасть в систему международного траффинга, оказаться в борделе, подвергаться сексуальному насилию. Жених может оказаться не «прекрасным рыцарем», а вербовщиком или сутенером. Поэтому брачный канал миграции нередко сопряжен с рисками для жизни и здоровья невесты.

Во-вторых, распространен риск отъема детей. Нередко такие истории становятся гласными. К сожалению, около 90 % международных браков заканчиваются разводом. Вследствие этого встает вопрос определения дальнейшего места жительства детей. Часто такие решения принимает суд, который в большинстве случаев встает на сторону отца — гражданина страны. Помимо этого, в ряде Ближневосточных стран закон напрямую предписывает оставлять детей в семье отца. Поэтому женщина может лишиться не только совместных детей, но и детей от предыдущих браков.

Вместе с тем, к настоящему времени российскими женщинами накоплен достаточно большой опыт. Информация-предостережение распространена в СМИ и интернете. Поэтому все чаще, принимая решение о свадьбе с иностранцем, женщины делают хорошо обдуманый шаг.

Ввиду распространенности негативных последствий, сопровождающих брачную миграцию, важно оценить ее перспективы. Косвенная прогнозная оценка масштабов брачной эмиграции женщин из России будет сделана на основе социологического опроса, проведенного сотрудниками Центра социальной демографии ИСПИ РАН в 2016 г. в регионах с высоким уровнем женской эмиграции (по результатам предыдущих исследований к ним были отнесены Астраханская область, Смоленская область и г. Санкт-Петербург). В данных регионах было собрано и обработано 559 анкет. Были опрошены женщины в репродуктивном возрасте, из них 11,0 % в возрасте 15—19 лет, 76,5 % — 20—29 лет, 12,4 % — 30—49 лет.

Среди опрошенных женщин около двух третей выезжали за границу. При этом в Санкт-Петербурге женщины более мобильны (доля выезжавших за границу составляет 83,6 %), наименьшая доля выезжавших за рубеж отмечается в Астраханской области (36,5 %). В Смоленской области выезжали за границу 62,2 % опрошенных. В подавляющем большинстве случаев женщины выезжали за рубеж с туристическими целями (83,2 % от выезжавших за границу) или посещали родственников (25,2 %). При этом 3,6 % респондентов, бывавших за рубежом, выезжали с целью замужества.

Почти половина женщин, совершавших поездки в другую страну, задумывались о том, чтобы остаться за рубежом на более длительный срок,

чем длительность их поездки. Среди жительниц Санкт-Петербурга доля тех, кто не исключает возможность переезда, составляет 68,1%, наименьшая же доля задумывавшихся о переезде отмечается в Смоленской области (45,9%).

Численность задумывавшихся о переезде респонденток традиционно выше численности тех, кто предпринимал для этого конкретные действия. Так, согласно опросу, 45,5% женщин, когда-либо задумывавшихся о переезде, предпринимали шаги, связанные с переездом в другую страну. При этом относительно общего числа опрошенных доля женщин, предпринимавших действия, связанные с возможным переездом из России, существенно ниже — 19,7%.

Чаще всего респондентки в качестве шагов к переезду называли изучение иностранного языка (77,7% от числа лиц, предпринимавших действия, связанные с возможным переездом из России). Около половины знакомились с законами и правилами въезда в другую страну и совершали туристические и ознакомительные поездки (по 47,3% соответственно). 11,6% респонденток занимались поиском потенциального партнера в другой стране.

Желание переехать в другую страну появляется ввиду неудовлетворенности своим положением и качеством жизни в стране проживания. Поэтому мы постарались выявить основные факторы, «выталкивающие» женщин из страны. Более чем половину женщин из числа задумывавшихся о более длительном пребывании в другой стране привлекали общий достаток, комфортная жизнь в другой стране. Вторым по популярности является ответ «низкая заработная плата в России» (41,4%). То есть наиболее мощное влияние имеют экономические факторы, которые, вероятнее всего, спровоцируют трудовую миграцию, чем постоянную.

При этом факторы, связанные с созданием семьи, также оказывают заметное воздействие. 5,5% респонденток указали в качестве «выталкивающего» фактора невозможность выйти замуж в России, а 10,5% — возможность это сделать в другой стране.

На первый взгляд может показаться, что создание семьи за рубежом как причина миграции не отличается популярностью. Однако важно помнить, что часто другие виды миграции переходят в брачную. Поэтому реальная численность «русских жен» за рубежом намного выше, чем число женщин, переезжающих за границу с данной целью.

Таким образом, проведенное исследование свидетельствует, что брачный канал миграции своей популярностью в будущем не потеряет. Поэтому

органам государственной власти рекомендуется разрабатывать и реализовывать мероприятия по снижению негативного воздействия данной формы миграции. К таким мерам можно отнести заключение соглашений между Россией и принимающими странами по защите прав российских женщин, состоящих в браке с иностранными гражданами, защите детей в международных браках, а также защите российских женщин от насилия. Кроме того, возможно открытие специальных курсов подготовки к жизни в других странах для россиянок, планирующих создание семьи за рубежом, а также языковые курсы и обучающие семинары о культуре других стран.

### **Список литературы**

1. Сивоплясова С. Ю., Мосягина Г. П. Брачная эмиграция российских женщин: оценка последствий // Миграционные процессы: проблемы адаптации и интеграции мигрантов : сб. материалов IV Международной научно-практической конференции / под ред. проф., докт. геогр. наук В. С. Белозерова. Ставрополь : Издательство Северо-Кавказского федерального университета, 2018. С. 230—235.
2. Сигарева Е. П. Социологическое измерение репродуктивного и семейного поведения, а также мер социальной поддержки в представлениях образованной молодежи // Наука. Культура. Общество. 2014. № 1. с. 115—128.
3. Тюрюканова Е. В. Миграция женщин из России: еще одна «стратегия успеха»? // Гендерные аспекты социальной трансформации. М., 1996. С. 84—103.
4. Численность и миграция населения в Российской Федерации в 1993—2017 гг. (Статистический бюллетень) // Федеральная служба государственной статистики. М., 1993—2017.

**У. К. Мутаев**

## **ФОРМИРОВАНИЕ ТРЕНДОВ ИНТЕГРАЦИИ МИГРАНТОВ В ПРИНИМАЮЩЕЕ ОБЩЕСТВО**

*МУТАЕВ Улубей Курбанбаганович — кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой гуманитарных и естественнонаучных дисциплин, Ивановский филиал РЭУ им. Г. В. Плеханова, Иваново, Россия*

*E-MAIL: ulmut@mail.ru*

*ORCID: 0000-0002-6082-6512*

**Аннотация.** Тема доклада является попыткой презентации социально-инженерного подхода к социальным процессам. Социальная адаптация мигрантов в нашей стране зачастую складывается стихийно. Методы социальной инженерии на базе математических моделей позволят канализировать пути интеграции мигрантов в тех направлениях, в которых это обоюдно выгодно и мигрантам, и принимающему обществу.

Успешные стратегии интеграции воспроизводятся вновь прибывшими мигрантами. Этот факт можно использовать для формирования таких трендов интеграции, которые позволят увеличить экономический эффект от приложения труда мигрантов и от самой миграции для принимающего общества в целом. Формируя примеры успешных индивидуальных стратегий интеграции в принимающее общество, в нужных отраслях экономики можно направить туда миграционные потоки, т. е. формировать тренды стратегий социальной адаптации мигрантов.

Первичная математическая модель изучаемых процессов будет основана на методике анализа и прогнозирования показателей потребительского рынка. Данная методика предполагает реализацию следующих этапов: 1) отбор параметров (факторов) для исследования; 2) изучение связей между параметрами (факторами); 3) нахождение с помощью теории временных рядов для каждого фактора линейного тренда; 4) с помощью теории множественной линейной регрессии установление взаимосвязи доминирующего факторов  $Y$  от других факторов; 5) оценка прогноза, подведение итогов исследования.

**Ключевые слова:** мигранты, социальная адаптация, математическое моделирование, интеграция, формирование трендов интеграции

Заявленная тема, в сущности, представляет собой попытку презентации социально-инженерного подхода к социальным процессам. Социальная адаптация мигрантов в нашей стране зачастую складывается стихийно. Попытки управления процессом интеграции мигрантов носят ситуативный и бессистемный характер, поэтому малоэффективны. Методы социальной инженерии на базе математических моделей позволяют канализировать пути интеграции мигрантов в тех направлениях, в которых это обоюдно выгодно и мигрантам, и принимающему обществу.

Формирование трендов интеграции мигрантов необходимо начать с выбора исследуемой мигрантской группы, это могут быть выходцы из Средней Азии, Закавказья, Юго-Восточной Азии и т. п. В рамках оценки состояния объекта исследования определяем основные характеристики составляющих группу членов: пол, возраст, образование, компетенции и навыки, социальное самочувствие, надежды и планы на будущее в оппозиции условиям социальной среды принимающего общества. На основе этих данных, описывается настоящее и возможное будущее группы, ее положение в принимающем обществе, оценивается успешность адаптации, без формирующего вмешательства.

Далее в соответствии с потребностями принимающего социума формируется желаемая модель интеграции, выделяются параметры будущего тренда и моделируется информационное воздействие для его реализации.

Социальная адаптация мигрантов может строиться на двух принципиально разных основаниях: во-первых, как коллективная стратегия, которая подразумевает глубокие межличностные внутригрупповые связи, вовлеченность в группу, следование ее нормам и ценностям.

Во-вторых, это индивидуальные стратегии социальной адаптации, которые труднопрогнозируемы, складываются в случае, если количество мигрантов небольшое, контакты между ними ограничены, поэтому нет возможности передавать успешный опыт интеграции друг другу.

В случае увеличивающегося миграционного потока информация об успешной стратегии адаптации распространяется, опыт из индивидуального становится социальным, все больше и больше людей из числа мигрантов воспроизводят этот опыт, формируя при этом новый тренд. Хорошей иллюстрацией такого стечения обстоятельств будут целые

отрасли хозяйства, где заняты большие мигрантские этнические группы, например, сфера ЖКХ в столице, где задействованы мигранты из Центральной Азии, торговля овощами и фруктами, где большую долю составляют выходцы из Азербайджана, и т. п. Таким образом, успешные стратегии интеграции воспроизводятся вновь прибывшими мигрантами.

Этот факт можно использовать для формирования таких трендов интеграции, которые позволят увеличить экономический эффект от приложения труда мигрантов и от самой миграции для принимающего общества в целом. Формируя примеры успешных индивидуальных стратегий интеграции в принимающее общество, в нужных отраслях экономики можно направить туда миграционные потоки, т. е. формировать тренды стратегий социальной адаптации мигрантов.

Основной проблемой в данной ситуации становится определение критической массы мигрантов и способ распространения информации, при котором формируется максимально выгодный для принимающего общества тренд.

Первичная математическая модель изучаемых процессов будет основана на методике анализа и прогнозирования показателей потребительского рынка, разработанной Д. В. Туртиным в [Концепция развития экономики..., 2017, Туртин, 2010]. На наш взгляд, модель потребительского рынка и рынка труда принимающего общества, в рамках которого, главным образом, реализуются стратегии интеграции мигрантов, принципиально схожи, поэтому использование данной методики оправдано. С ее помощью возможно не только проанализировать текущее состояние изучаемых параметров, но и осуществить прогноз его развития посредством построения уравнения регрессии.

Данная методика предполагает реализацию следующих этапов:

1. Отбор параметров (факторов) для исследования.
2. Изучение связей между параметрами (факторами).
3. Нахождение с помощью теории временных рядов для каждого фактора линейного тренда.
4. С помощью теории множественной линейной регрессии установление взаимосвязи доминирующего факторов  $Y$  от других факторов.
5. Оценка прогноза. Подведение итогов исследования.

На первом этапе проводится логический анализ статистических и анкетных данных для объекта исследования и выделяются параметры (факторы), которые будут изучаться в дальнейшем, и вводятся их обозначения  $X_1, X_2 \dots X_n$ .

На втором этапе рассчитываются коэффициенты парной корреляции по всем факторам (формулы 1, 2) и составляется корреляционная матрица.

$$r_{yx_1} = \frac{\overline{yx_1} - \overline{Y}\overline{X_1}}{\sigma_{x_1} \sigma_y}, r_{yx_2} = \frac{\overline{yx_2} - \overline{Y}\overline{X_2}}{\sigma_{x_2} \sigma_y}, r_{yx_3} = \frac{\overline{yx_3} - \overline{Y}\overline{X_3}}{\sigma_{x_2} \sigma_y} \quad (1)$$

$$r_{x_1x_2} = \frac{\overline{x_1x_2} - \overline{X_1}\overline{X_2}}{\sigma_{x_1} \sigma_{x_2}}, r_{x_1x_3} = \frac{\overline{x_1x_3} - \overline{X_1}\overline{X_3}}{\sigma_{x_1} \sigma_{x_3}}, r_{x_2x_3} = \frac{\overline{x_2x_3} - \overline{X_2}\overline{X_3}}{\sigma_{x_2} \sigma_{x_3}} \quad (2)$$

Корреляционная матрица позволяет установить взаимосвязь факторов.

На третьем этапе с помощью теории временных рядов для каждого фактора находится линейный тренд, при этом используется парная линейная регрессия. Оценка параметров парной регрессии, а также проверка ее качества, представляет собой достаточно трудоемкий процесс. Поэтому при большом количестве наблюдений указанные выше процедуры целесообразнее производить с помощью каких-либо программных средств. Например, таким средством может быть весьма известный и распространенный пакет прикладных программ (ППП) Excel.

На четвертом этапе с помощью теории множественной линейной регрессии устанавливаем взаимосвязь доминирующего фактора  $Y$  от других факторов, в результате получаем уравнение:

$$y = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_px_p. \quad (3)$$

На заключительном этапе предлагаемой методики производится прогноз показателей социальной интеграции мигрантов и оценка его достоверности.

Прогноз производится на основании полученного уравнения регрессии. Для оценки достоверности прогноза выполняются следующие расчеты:

1. Вычисляются стандартные ошибки коэффициентов  $A$ ,  $B$  и  $гху$ .
2. Вычисляются границы доверительных интервалов коэффициентов.

Одним из бесспорных преимуществ применения данной методики является возможность получения взаимосвязи показателей результативного признака и факторных признаков (уравнение регрессии). Полученное уравнение позволяет прогнозировать результативный при-

знак, что, в свою очередь, дает возможность применять превентивные меры по регулированию факторных признаков, влияющих на его величину. В дальнейшем для изучения исследуемых процессов предлагается использовать методики, развитые в [Туртин, Капустин 2015, Туртин, Аржаных, Смирнова 2016].

Исследование стратегий социальной адаптации мигрантских сообществ в принимающий социум, формирование на основе этого математической модели учитывающей возможность распространения информации об успешности той или иной интеграционной стратегии, позволит формировать на ее основе новые тренды интеграции мигрантов, учитывающие потребности принимающего социума и самих мигрантов. В дальнейшем в рамках разработки данной темы будут использоваться эта и другие математические методики.

### **Список литературы**

1. Концепция развития экономики и потребительского рынка региона: науч. изд. / науч. ред. А. И. Гретченко, Н. Т. Арефьева, О. К. Луховская, Д. В. Туртин, Т. С. Кочеткова... Кол. монография. Иваново : АО «Информатика», 2017. 232 с.
2. Туртин Д. В. О максимальных классах неединственности решения задачи Коши для линейных уравнений // Известия высших учебных заведений. Математика. 2010. № 9. С. 90—93.
3. Туртин Д. В., Капустин Н. А. Модификация динамической межотраслевой модели с переменными коэффициентами // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2015. № 2 (42). С. 156—162.
4. Туртин Д. В., Аржаных Т. Ф., Смирнова А. Н. Об одной экономико-математической модели поведения покупателя на потребительском рынке // Современные наукоемкие технологии. Региональное приложение. 2016. № 4 (48). С. 90—93.

**Закрытые/локальные сообщества как часть социальной системы****Л. У. Курбанова****СЕМЕЙНО-БРАЧНЫЕ ОТНОШЕНИЯ В КОНТЕКСТЕ ПЛЮРАЛИЗМА ПРАВОВЫХ ИНСТИТУТОВ В ЛОКАЛЬНЫХ ОБЩЕСТВАХ**

КУРБАНОВА Лида Увайсовна — доктор социологических наук, профессор, Чеченский государственный университет, Грозный, Россия

E-MAIL: medna59@mail.ru

**Аннотация.** В статье дан анализ специфики функционирования правового плюрализма в северокавказских обществах, где механизмы адаптации сопровождаются социокультурным, историческим и религиозным контекстом. В рамках правового поля этому своеобразие характерно параллельное функционирование трех видов права: устного права (адатов), религиозного права (шариат) и российского права. Рассматриваются социально-политические причины и возможности становления такого правового плюрализма и способы их легитимации. Рассмотрены сложности адаптации нормативного плюрализма на примере института развода, где нарушается баланс прав и обязанностей родителей в пользу отца. Правовая незащищенность женщины не находит единой нормативной поддержки в рамках адата и шариата в силу их противоречивости в толковании роли матери детей при разводе. При этом в обществе, особенно среди женщин, наблюдается высокий запрос на роль шариата как нормативной системы в вопросах брака и семьи. Новизна процесса в условиях глобализационных общественных практик заключается в том, что модернизационные общественные процессы, отражающиеся в сознании женщин, требуют, казалось бы, повышения степени рациональности поведения и мышления в ущерб традиционности, но на практике значительная часть женщин демонстрируют тяготение к шариатскому праву. Это обстоятельство наводит на мысль, что религиозная идентичность способна выступить в роли культурной и правовой «рамки» в подобных обществах.

**Ключевые слова:** плюрализм, права, адаты, шариат, семейно-брачные отношения, традиционализм

Семья и семейно-брачные отношения в современном локальном обществе оказались в ситуации правового выбора, что означает неоднозначность траектории развития как самого общества, так и ее институтов. Ключевые факторы, влияющие на данный процесс: историко-культурная специфика общества, духовно-нравственное развитие и социально-политическая реальность. Совокупность этих факторов во многом определяет направление общественного сознания в оценке природы нормы, права и девиации. Названные процессы в полном объеме на себе испытывает семья как социальный институт, все жизненные циклы которой «встроены» в нормативно-правовую систему традиционного общества.

Трансформация института семьи в отечественной фамилистике включает как одну из важнейших проблем увеличение разводов и их последствий для всех акторов этого процесса: мужа, жены, детей. Проблема правовой защищенности/незащищенности женщины в ее праве на воспитание детей при разводе в условиях усиления традиционализма приобрела форму специфической трансформации. В российском обществе данный процесс сопровождается институционализацией материнской семьи, ибо при разводе дети всегда остаются с матерью. Явление отцовства все больше утрачивает свое функциональное значение. Но в ситуации усиления традиционных нормативных практик дети все чаще остаются с отцом, и женщина нередко лишается возможности даже видеться с ними. Тренд этот набирает обороты с усилением влияния и параллельного функционирования как традиционного права, так и шариатского — наряду с российским правом. Эти правовые системы во многом взаимоисключают друг друга, переплетаясь и дополняя, создают сложные, противоречивые практики [Костерина, 2017: 93.]

В связи с этим представляется целесообразным показать специфику функционирования социокультурных и правовых систем, процесс их «переформатирования» в обществе и в сознании женщин. Любопытна тенденция формирования нового социокультурного типа, в котором «уживаются» как признаки модернизации в социальных практиках, так и запрос на религиозный легизм.

Дело в том, что после распада СССР российские кавказские регионы, в том числе и чеченское общество, столкнулись с разрушением и делегитимацией государственных правовых институтов. Ответом на эти изменения стала активизация новых форм идентичностей: национальной и религиозной, не связанных или слабо связанных с государством, но при этом отражающих социальную структуру и нормативную востребованность локальных обществ. Именно в этих условиях усиливается

и укрепляется роль шариата, создается муфтият, штаты кадиев в селах. Сложившая тенденция требует осмысления и научного анализа.

Все социальные институты подвержены изменениям, и важным вопросом методологического и научного знания является вопрос о причинах этих изменений и возможных траекториях их развития в перспективе. Ключевые сюжеты научных размышлений замыкаются в вопросе: изнутри системы возникают изменения, за счет собственных ресурсов и свойств или источники трансформации системы носят внешний характер? П. Сорокин считал, что «если предположить, что внешние условия существования семьи, государства, экономической организации, политической партии или любой социальной системы остаются постоянными, то каждая из этих социальных систем не остается неизменной, и имманентно обречена изменяться в силу собственного бытия и функционирования» [Сорокин, 2018: 801]. Применимо к нашей проблеме размышления великого социолога отразили основные характеристики и показатели влияния как внешних факторов (модернизация и глобализация), так и внутренних, собственно цивилизационных, исторически заложенных в институциональной системе локальных обществ, таких, например, как северокавказские.

Мы наблюдаем усиливающийся правовой запрос в общественном сознании на «справедливое решение по шариату» тех или иных вопросов. Это свидетельствует о наличии определенной религиозной ресурсной нормативной системы в обществе, способной обеспечить некоторый уровень повседневной безопасности индивида или группы, хотя к самому процессу и механизму сложившихся правовых практик в республике много вопросов в силу перекосов на местах. Тем не менее такая ситуация не останавливает, по нашим наблюдениям, рост авторитета в общественном сознании религиозных институтов. Мы можем сказать, что даже в условиях модернизационных изменений в общественной жизни в локальных обществах происходит переформатирование традиционных институтов права в сторону усиления шариата и его норм. То есть повседневная жизнь обществ на Северном Кавказе регулируется параллельно несколькими правовыми системами: нормы обычного права (адаты), шариат и российское законодательство. Противоречивость касается важнейших сфер социальной жизни семьи, таких как институт развода, право наследства, судьба детей при разводе родителей, многоженство. Все перечисленные социальные вопросы семейно-брачных отношений напрямую затрагивают проблему правовой защиты женщины, создавая ситуации, где женщина может проиграть свои интересы в силу запутанности нормативных установок адатов и шариата. Апелляция

к российскому праву рассматривается женщинами только при условии, когда все механизмы традиционного права и шариатских норм, исчерпаны. Такое обстоятельство продиктовано социокультурным контекстом и гендерным раскладом ценностных предпочтений в традиционном обществе: дети, повзрослев, уходят в дом отца, поэтому женщина неохотно идет на разрыв отношений с родственниками мужа через суд. В общественном сознании, в ее доминирующей части, такое поведение дискредитирует будущее детей и их место в социально одобряемой нише общества — соблюдение авторитета института отца и его родственников является индикатором в оценке социального статуса повзрослевшей дочери или сына. Поэтому оспаривание права на детей женщиной через суд — мера крайне вынужденная. В пресс-службе республиканского УФССП подчеркнули, что «на сегодняшний день на исполнении находится порядка 50 исполнительных производств, касающихся защиты прав детей (отобрание, общение, определение места жительства). Из них большая часть судебных решений об определении порядка общения с ребенком — 41 [Развод по-чеченски, 2017]. В сложившемся правовом лабиринте у женщины один путь — защищать свои права как матери через традиционные религиозные правовые нормы — через шариат.

Это обстоятельство наводит на мысль, что религиозная идентичность способна выступить в роли культурной и правовой «рамки» как для мужчин, так и для женщин в вопросах осмысления и позиционирования себя как акторов права. Дальнейшее совершенствование институциональных механизмов правоприменения шариатских судов и адатного права возможно при условии сохранения контекста историко-культурной специфики общества, духовно-религиозной идентичности в общественном сознании. Совокупность этих факторов во многом определит направление общественного сознания в оценке природы нормы, права и девиации.

### Список литературы

1. Костерина И. В. Женщины как агенты модернизации на Северном Кавказе: анализ индивидуальных экономических стратегий через призму традиционных ролей / Сборник статей. Кавказские локальные сообщества в глобальном мире: опыт изучения политической, социальной и религиозной трансформации. М. ; СПб. : Издательский дом «Бранко». 2017. С. 93.
2. Сорокин П. А. Система социологии. М. : Астрель, 2008.
3. Развод по-чеченски. URL: <https://takiedela.ru/2017/08/razvod-po-chechenski/> (дата обращения: 17.02.2019).

**К. А. Галкин**

## **ПОВСЕДНЕВНОСТЬ ПОЖИЛЫХ ЛЮДЕЙ С ХРОНИЧЕСКИМ (ИНВАЛИДИЗИРУЮЩИМ) ЗАБОЛЕВАНИЕМ НА СЕЛЕ**

*ГАЛКИН Константин Александрович — кандидат социологических наук, специалист-исследователь, Европейский университет в Санкт-Петербурге, Санкт-Петербург, Россия*  
E-MAIL: [Kgalkin1989@mail.ru](mailto:Kgalkin1989@mail.ru)

**Аннотация.** Рассматривается повседневность пожилых людей с хроническим (инвалидизирующим) заболеванием, проживающих в Лужском районе Ленинградской области. Цель исследования — изучение индивидуального опыта переживания хронического заболевания пожилыми людьми в сельской местности и возможности использования полученных данных для улучшения социальной политики. Методы исследования — полуструктурированные интервью с пожилыми людьми (n=20) и включенное наблюдение. Исследуются институциональные и рутинные проблемы пожилых людей с хроническим заболеванием. Обсуждается возможность использования индивидуального опыта и рефлексии для улучшения доступности сельской среды и решения повседневных проблем пожилых людей с хроническими заболеваниями. В работе мы выделяем ключевые трудности и проблемы, связанные с жизнью с хроническим заболеванием пожилых людей в сельской местности. Основной упор сделан на изучение доступности инфраструктуры, медицинской помощи и своевременности медицинской помощи, а также проблем, связанных с мобильностью у пожилых людей проживающих в селах.

**Ключевые слова:** сельская местность, пожилые люди с хроническим заболеванием, сельская медицина, жизнь с хроническим заболеванием на селе, доступная среда, индивидуальный опыт

Жизнь с хроническим заболеванием в сельских районах отличается от жизни с таким заболеванием в крупных городах или в городах федерального значения. Основные отличия — отсутствие развитой системы медицинских учреждений (как правило, один фельдшерско-акушерский пункт/амбулатория в селе и одна центральная районная больница в районном центре), плохая лекарственная и техническая оснащенность ФАПов и амбулаторий. Человек, живущий с хроническим инвалидизирующим за-

болеванием, подразумевающим продолжительное течение и ежедневное переживание боли, сталкивается в своей повседневности со специфическими трудностями и барьерами. Как отмечает И. Зола, для сельских районов (сельских ирландцев) характерен отказ от лечения или даже табуированность разговоров относительно болезни, так как, говоря о заболевании, сельские ирландцы показывают свою слабость. Следовательно, тема болезни часто не фигурирует в повседневной беседе [Zola, 1966: 623]. Эта работа интересна с позиции рассмотрения болезни в отличном от города социокультурном контексте, где болезнь понимается скорее как то, о чем не принято говорить. Подобную идею о «тихой боли» продолжают Дж. Толлефсон и К. Ушер в работе «Relationships in pain: The experience of relationships to people living with chronic pain in rural areas» [Tollefson, Usher, 2006: 480]. Авторы показывают повседневную жизнь с хроническим заболеванием в сельской местности и проблемы недоступности и плохого качества медицинской помощи [Tollefson, Usher, 2006]. Пожилые люди по-другому говорят и воспринимают хроническую боль, переживают хроническую болезнь [Abdulla, 2013; Harkins, 2002]. Сельские пространства часто не располагают доступной средой и качественной медицинской помощью для пожилых людей с хроническими заболеваниями [Tollefson, Usher, 2006]. В современных зарубежных и отечественных исследованиях отсутствуют работы по изучению переживаемого опыта хронического заболевания у пожилых людей в селах. Однако изучение подобного опыта крайне важно для управления сельскими территориями и развития медицины и медицинской помощи в сельской местности. В докладе автор опирается на рефлексивные методы и индивидуальную рефлекссию самих пациентов для описания трудностей институциональных и рутинных проблем жизни с хроническим заболеванием. Переживаемый опыт способствует появлению новых привычек, нового взгляда на пространство и его доступность. Переживание хронического заболевания из личного пространства индивида, его/ее личных эмоций и чувств, через описание в нарративе переходит в социальное пространство, приобретая культурные, символические значения и трактовки.

**Методы исследования.** Метод исследования — полуструктурированные интервью с пожилыми жителями сел Лужского района Ленинградской области ( $n = 20$ ) и наблюдения (72 часа).

**Рутинные проблемы. Мобильность и работа по дому.** Одна из самых важных проблем, связанный с мобильностью, — проблема передвижения по дорогам плохого качества в селах. Информанты говорили, что плохое

качество асфальта и проселочных дорог выступает серьезной проблемой для того, чтобы добраться до ФАПа/ambuлатории или магазина, аптеки.

*«Очень сложно ходить. Когда холодно и мороз и когда нужно спускаться и долго идти, например, к магазину. Все это крайне проблематично и вызывает лично у меня много трудностей. Если в квартире, то нормально, но если ты живешь здесь в частном доме, то, конечно, прийти в мороз — это реально очень сложно» [И.63, Ж].*

### **Институциональные проблемы. Качество медицинской помощи.**

Институциональные проблемы были определены в нарративах качеством медицинской помощи, наличием лекарств и своевременностью оказания медицинской помощи. В стандартные процедуры и поддерживающее лечение вambuлаториях и ФАПах входит измерение давления, выдача легких обезболивающих лекарств, уколы и в некоторых, больших поселках — забор крови на анализы. Этим процедур совершенно недостаточно для того, чтобы оказать нужную медицинскую, поддерживающую помощь. Другая проблема — отсутствие лекарств в местных аптеках в поселках. Вызов скорой помощи и ее незамедлительный приезд к больному — проблема номер один в сельской местности.

*«Ты здесь один, и не знаешь, что будет завтра. Врачи не очень. А вambuлатории могут оказать только необходимую помощь, поэтому приходится рассчитывать только на себя и не ждать ничего» [И. 70, М].*

**Сети поддержки.** Жизнь пожилого человека с хроническим заболеванием в сельской местности обусловлена многими проблемами и трудностями. Как правило, пожилые люди в сельской местности ориентируются на родственные сети поддержки и соседей. Часто помощь носит реципрокный характер. На соседскую помощь рассчитывают как жители многоквартирных домов, так и жители частных домов. Соседи выполняют важную роль поддержки.

**Выводы.** Жизнь пожилого человека с хроническим (инвалидизирующим) заболеванием в сельской местности обусловлена различными проблемами, представленными в повседневности. В исследовании мы выделяем рутинные и институциональные проблемы. Одной из ключевых рутинных проблем выступает проблема мобильности пожилых людей в селах и институциональные проблемы качества медицинской помощи и своевременности ее оказания. Эти вопросы обуславливают практики и повседневность пожилых людей с хроническими заболеваниями, которые живут в селах и поселках Лужского района. Рассматриваемый в докладе опыт жизни пожилых людей с хроническим заболеванием в селах

Ленинградской области может быть полезен для улучшения социальной политики и улучшения инфраструктуры поселков и сел. Индивидуальные рефлексии и изучение индивидуального опыта жизни с хроническим заболеванием на селе позволили определить ключевые проблемные очаги, которые в будущем могут быть использованы для улучшения социальной политики и доступности среды.

### **Список литературы**

1. Zola I. K. Culture and symptoms an analysis of patient's presenting complaints. *American sociological review*. 1966. P. 615—630.
2. Tollefson J., Usher K. Chronic pain in the rural arena. *Australian Journal of Rural Health*. 2006. Vol. 14. № 3. P. 134—135.
3. Abdulla A. et al. Guidance on the management of pain in older people. *Age and ageing*. 2013. Vol. 42. P. 11—57.
4. Harkins S. W. What is unique about the older adult's pain experience. *Persistent Pain in Older Adults*. New York, NY: Springer Publishing. 2002. С. 4—17.

**В. Н. Коротких**

## **ГЕНДЕРНЫЙ ФАКТОР И СЛУЖБА В МВД. РЕЗУЛЬТАТЫ ПИЛОТАЖНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ**

*КОРОТКИХ Виктория Николаевна — заместитель начальника научно-исследовательского отдела, Краснодарский университет МВД России, Краснодар, Россия*

*E-MAIL: nio-23@mail.ru*

**Аннотация.** Публикация посвящена описанию результатов проведенного в Краснодарском крае пилотажного исследования на тему «Служба в ОВД и гендерный фактор». В ходе опроса 102 сотрудника правоохранительных органов высказывались о своем отношении к гендерным факторам служебной деятельности, а также позиционировали личное отношение к стереотипу о «мужской профессии». В ходе исследования были выявлены особенности гендерных предпочтений служебной вертикали, гендерно определяемые и внегендерные тенденции отношения к фактору гендера в коллективах системы МВД. Мы полагаем, что результаты исследования могут быть интересны социологам, занимающимся вопросами гендерной проблематики не только в коллективах МВД. Полученные предварительные выводы носят универсальный характер.

**Ключевые слова:** гендер, служба в ОВД, гендерные стереотипы, отношения в коллективе, пилотажное исследование

Проблема гендерных стереотипов в ведомственных учреждениях имеет давнюю историю и вполне определенный эволюционный характер, современные исследователи нередко ставят вопрос о гендерной толерантности [Урсова, 2014]. В 2017 г. нами проводилось исследование, посвященное определению стереотипного отношения к женщинам, служащим в полиции, в обществе в целом [Коротких, 2017]. На настоящем этапе предполагаем изучить укорененность и характер гендерных факторов, определяющих механизмы стереотипизации (или развенчание стереотипов) непосредственно в коллективах ведомства.

В декабре 2018 г. нами было проведено пилотажное исследование «Служба в ОВД и гендерный фактор», в ходе которого были опрошены 102 сотрудника различных подразделений МВД. Форма проведения опроса — анкетирование. Место проведения — Краснодарский край.

Выборка случайная, методика выборки — «снежный ком». Основной задачей исследования было выявление «проблематизирующих» факторов стереотипизации отношения к службе в МВД в контексте гендерного аспекта. Результаты исследования легли в основу планируемого масштабного исследования на тему выявления гендерных факторов службы в МВД. Основные результаты пилотажного исследования представлены в настоящей публикации.

Отвечая на вопрос «Отличается ли, на Ваш взгляд, мотивация поступления на службу в полицию мужчин и женщин?», большинство респондентов (61 %) сошлись во мнении, что мотивы поступления на службу различаются. Однако названные различия охватывают широкий спектр вариативности. Так, наиболее распространенной позицией оказалось внегендерное основание потребности в деньгах (80 %), также на первый план выдвинулись различного рода социально значимые факторы (соблюдение законности, защита правопорядка).

Среди различий стоит выделить некоторые особенности позиционирования. Так, обозначая два-три основных фактора мотивации поступления на службу в полицию мужчин и женщин, около половины опрошенных отметили, что для мужчин таковыми являются возможность карьерного роста, наличие перспектив занять руководящую должность, шанс реализовать свои способности. Для женщин среди наиболее распространенных мотивационных факторов были названы стабильность, социальные гарантии, возможность получить ведомственное жилье. Вместе с тем обозначенные мотивационные факторы, на наш взгляд, имеют и несколько иной подтекст, чем в реальности. В ответах опрошенных в той или иной степени присутствует стереотип гендерного восприятия. На наш взгляд, максимальная честность по этому вопросу присутствовала, когда опрашиваемые выделяли внегендерные основания поступления на службу в полицию.

В результате проведенного опроса выяснилась интересная особенность гендерной стереотипизации. Отвечая на вопрос «Если бы Вы были руководителем и на вакантную должность претендовали мужчина и женщина (с одинаковым количеством заслуг), то кого бы предпочли?», большинство респондентов не выразили четкого гендерного предпочтения. Ответ «без разницы» дали 56 % опрошенных. Что касается оставшегося распределения, то оно тоже почти равное: 23 % предпочли подчиненных мужчин, 21 % — женщин. Особых процентных несоответствий между ответами мужчин и женщин мы также не обнаружили (погрешность составила не более 10 %).

Вместе с тем ответы на вопрос «Под чьим руководством Вам было бы более комфортно работать?» показали, что представление о работе в полиции на руководящей должности детерминировано патриархальными установками. 74 % респондентов высказались за руководителя мужского пола. При этом показательно, что среди ответивших таким образом соотношение респондентов-мужчин и респондентов-женщин следующее: 64 % (женщины) и 36 % (мужчины) соответственно. Результаты опроса демонстрируют, что, во-первых, в коллективе ведомственных учреждений все еще силен стереотип патриархальности; во-вторых, интенция отстаивания женского права занимать руководящую должность в сознании респондентов уступает другой идее — идее комфортной коммуникации.

В ходе проведения исследования нами были определены две важные внегендерные тенденции в определении принципов эффективности взаимодействия: солидарность (позиция, согласно которой представителям одного пола легче договориться в силу фактора взаимопонимания) и манипулятивность (позиция, согласно которой на представителя противоположного пола легче оказывать воздействие). Среди гендерно обусловленных тенденций можно выделить: конкурентность (73 % женщин и 6 % мужчин видят в представителях своего пола реальных или возможных конкурентов) и латентную склонность к дискриминации (27 % мужчин и 14 % женщин видят в представителях противоположного пола менее эффективных сотрудников).

В основании латентной дискриминации лежит не только гендерный стереотип, присущий патриархальному обществу, и как реакция — феминистические тенденции, но и совокупность представлений о качествах, в большей мере присущих мужчинам или женщинам. Не стоит забывать, что и как таковая работа (служба) в полиции — понятие слишком абстрактное. Здесь имеются в виду подразделения специального назначения, ППС, ПДН, PR и пресс-служба и др. Одни виды деятельности связаны с кропотливой вычиткой текстов, другие — с силовыми нагрузками.

В связи с этим определение даже выявленных нами гендерных тенденций стереотипизации и латентной дискриминации нуждается в существенном мотивационном анализе. Ведь, определяя потенциальную эффективность службы в полиции представителя того или иного пола, часть респондентов совершали логическую ошибку слишком узкого определения. Под понятием «служба в полиции» подсознательно имелось в виду понятие «служба в знакомых мне подразделениях полиции» или «служба в моем подразделении».

В целом, подводя итог, стоит отметить умеренное присутствие в подразделениях МВД традиционных гендерных стереотипов, которые скорее характеризуют не систему МВД, а отношение к гендерной определенности в обществе в целом. Среди наиболее выраженных тенденций отмечаются патриархальность и комплекс устоявшихся реакций на патриархальность, среди которых присутствует не только внутренний протест, но и практика извлечения преимуществ, подстройка под обстоятельства. Что же касается вопроса, насколько вообще служба в МВД подходит представителям того или иного пола, то здесь стоит отметить поливариантность индивидуального порядка и общую тенденцию снижения уровня гендерной дискриминации. На настоящий момент служба в МВД все более лишается влияния гендерных стереотипов.

### **Список литературы**

1. Коротких В. Н. Отражение гендерных стереотипов о женщинах-полицейских в современном российском социальном пространстве // Общество и право. 2017. № 3(61). С. 222—227.
2. Урусова Л. Х. Гендерная толерантность в современном обществе // Вестник КемГУ. 2014. № 2 (58). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gendernaya-tolerantnost-v-sovremennom-obschestve> (дата обращения: 07.01.2019).

## Социолог в городском управлении

А.А. Павлов

### «БЕЗОПАСНЫЕ» АСПЕКТЫ «УМНОГО ГОРОДА»: ВНЕДРЕНИЕ И ИСПОЛЬЗОВАНИЕ

ПАВЛОВ Александр Александрович — аспирант, Северо-Западный институт управления — филиал Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Санкт-Петербург, Россия  
E-MAIL: pavlov.aleksandr.sbor@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассматриваются особенности организации безопасности в условиях реализации концепции «умного города». В условиях возросших требований к комфорту и функциональности городской среды повысились ожидания горожан и к ее безопасности. Формирование безопасной среды в городах предполагает техническое и технологическое сопровождение, а также готовность горожан к использованию систем безопасности, стоит отметить отсутствие единого подхода к решению данного вопроса. Необходимо фиксировать общественное внимание на конкретных угрозах безопасности, проводить анализ данных, направить усилия на создание стратегии безопасного существования общества и нейтрализацию имеющихся рисков и угроз.

**Ключевые слова:** социология, умный город, безопасность, концепция, инновация, правопорядок, предупреждение, мониторинг, контроль

В эпоху информатизации общества возникновение новых угроз и проблем жизнедеятельности человека привело к тому, что функциональное предназначение города переосмысливается, а способы организации городского пространства в интересах граждан трансформируются. Все более популярными и востребованными становятся идеи «безопасного города», которые ориентированы прежде всего на создание комфортной и безопасной городской среды. Как показывают результаты последних исследований, самыми безопасными городами в мире являются Токио, Сингапур, Осака, Стокгольм, Амстердам, Сидней, Цюрих, Торонто, Мельбурн, Нью-Йорк. Москва занимает только 43 место по уровню безопасности. Процесс урбанизации и приближение городов к предельным

значениям показателей надежности и функциональности существующей инфраструктуры обуславливают усиление потребности во внедрении передовых технологий для повышения безопасности и эффективности функционирования городской экосистемы.

Каждая эпоха привносит в развитие городов идею и содержание, которые становятся олицетворением основного направления эволюции общества в целом. Переход к информационному обществу создает возможности для технического оснащения городской среды с целью создания удобной и безопасной жизни горожан. В итоге сформировалась идея «умного города». «Умный город» («Smart City») представляет собой городское поселение, в котором управление всеми функциями города базируется на современных информационно-коммуникационных технологиях [Ильичев, 2011].

Реализация первых проектов умных городов началась в США, Китае, Европе, данные проекты включали в себя разработку и внедрение отдельных компонентов, входящих в интеллектуальную сеть городского пространства. «Умный город» — это многомерная концепция, основанная на умных технологиях, структурированных вокруг нескольких основных составляющих: умная мобильность, умная среда, умное управление, умная жизнь и все, что нацелено на формирование благополучия и благосостояния людей [Tomaszewska, Florea, 2018]. В настоящее же время за рубежом активное внедрение и реализация идеи «умного города» отразились в формировании рейтингов и методологии определения степени «умности» городского поселения (the smartness degree) [Escolar et al.]. Как показывают исследования, «умность» города проявляет себя во многих аспектах городской жизни и в городском пространстве. Так, современное городское пространство нуждается в стратегическом и тактическом планировании Urban transit system, учитывающем не только удобство пассажироперевозок, но и информированное сопровождение и friendly to the environment [Kai Lu et al., 2018]; рациональное использование энергии, экологических и климатических ресурсов побуждает пересмотреть планирование и застройку городских территорий [Barresi, 2018]; насыщение городского пространства информационными системами трансформирует его в киберпространство, что позволяет создавать City profile, моделировать изменения и управлять ими [Ma et al., 2018] и т. д.

Специфика угроз, а также необходимость обеспечения общественной безопасности, определили, что «безопасный город» как составляющая

концепции «умного города» является совокупностью организационно-технических мероприятий, направленных на формирование эффективных управленческих решений обеспечения безопасности [Дуленко, Пестриков, 2011].

Согласно прогнозам специалистов агентства Frost & Sullivan, рынок технологий безопасного города к 2025 г. достигнет 2,4 трлн долларов США. Рост рынка в том числе обусловлен тем, что по мере развития на него, помимо традиционных ИТ-компаний и инфраструктурных гигантов, начинают выходить и новые типы игроков — малые и средние технологические фирмы, инжиниринговые и консалтинговые компании.

Российский опыт в развитии безопасных городов нельзя отнести к передовому. В публикуемых международных рейтингах Россия, как правило, представлена слабо и не на первых позициях. Среди ключевых игроков на рынках технологий умного города фактически фигурирует лишь одна компания из России — Kaspersky Lab, предоставляющая решения в области кибербезопасности. Реализуемые в стране проекты безопасного города на данном этапе преимущественно связаны с точечной цифровизацией и интеллектуализацией отдельных сервисов и элементов инфраструктуры. Несмотря на это, в стране постепенно приходит осознание того, что реализация концепции безопасного города может привести к кардинальному повышению эффективности функционирования как отдельных элементов городской инфраструктуры, так и городов (городских систем) в целом.

Базовыми технологическими решениями в области умной безопасности для современных городов выступают централизованные станции контроля, системы цифрового наблюдения, технологии предиктивного обнаружения, а также системы, обеспечивающие скоординированное реагирование на ситуации, связанные с нарушением безопасности и т. д. От фиксации повреждений или правонарушений комплексы безопасности все больше переходят к аналитике в режиме реального времени и предиктивной аналитике.

Таким образом, все это позволит выстроить слаженную работу всех служб по обеспечению общественной безопасности, оптимизировать транспортные потоки, выстроить эффективную систему взаимодействия населения и органов власти, составить планы работ по предупреждению возникновения возможных угроз, создать эффективную информационную систему по обеспечению общественной безопасности.

## Список литературы

1. Дуленко В. А., Пестриков В. А. Анализ подходов к обеспечению безопасности на городских территориальных объектах в рамках реализации концепции «безопасный город» // Вестник ВЭГУ. 2011. № 4 (54). С. 22—27.
2. Ильичев В. А. Биосферная совместимость: Технологии внедрения инноваций. Города, развивающие человека. М. : ЛИБРОКОМ, 2011. С. 112—114.
3. Barresi A. Urban densification and energy efficiency in Smart Cities — the VerGe project (Switzerland). *Techne: Journal of Technology for Architecture and Environment*. 2018. No. 1. P. 28—32.
4. Escolar S., Villanueva F. J., Santofimia M. J., Villa D., Toro X. del, López J. C. A. Multiple-Attribute Decision Making-based approach for smart city rankings design. *Technological Forecasting & Social Change*. 2017. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.024>.
5. Kai Lu; Baoming Han; Xuesong Zhou. Smart Urban Transit Systems: From Integrated Framework to Interdisciplinary Perspective. *Urban Rail Transit*. 2018. Vol 4. No. 2. P. 49—67.
6. Ma Y., Li G., Xie H., Zhang H. City profile: using smart data to create digital urban spaces. *ISPRS Annals of the Photogrammetry, Remote Sensing and Spatial Information Sciences*. 2018. Vol. IV-4-W7. P. 75—82.
7. Tomaszewska E. J., Florea A. Urban smart mobility in the scientific literature — bibliometric analysis. *Engineering Management in Production and Services*. 2018. Vol. 10. No. 2. P. 41—56.

**О. Ю. Колесниченко, Н. В. Присяжная, А. В. Решетников,  
Д. А. Яковлева, Л. С. Мазелис, А. С. Коржавина,  
И. Н. Григорьевский, Ю. Ю. Колесниченко**

## **ГОРОД БУДУЩЕГО. «УМНЫЙ ГОРОД-МОЗГ» ДЛЯ НЕОСОЦИУМА**

*КОЛЕСНИЧЕНКО Ольга Юрьевна — кандидат медицинских наук, старший преподаватель кафедры социологии медицины, экономики здравоохранения и медицинского страхования, Институт социальных наук Первого МГМУ им. И. М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет), Москва, Россия*

*E-MAIL: oykolesnichenko@list.ru*

*ORCID: 0000-0002-4523-6485*

*ПРИСЯЖНАЯ Надежда Владимировна — кандидат социологических наук, доцент, заместитель директора по научной работе Института социальных наук Первого МГМУ им. И. М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет), Москва, Россия*

*E-MAIL: nprusova@yandex.ru*

*РЕШЕТНИКОВ Андрей Вениаминович — доктор медицинских наук, доктор социологических наук, академик РАН, директор Института социальных наук Первого МГМУ им. И. М. Сеченова Минздрава России (Сеченовский Университет), Москва, Россия*

*E-MAIL: niisocmed@mail.ru*

*ЯКОВЛЕВА Дарья Алексеевна — ассистент кафедры математики и моделирования, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток, Россия*

*E-MAIL: darya.yakovleva15@vvsu.ru*

*ORCID: 0000-0002-0139-4051*

*МАЗЕЛИС Лев Соломонович — доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой математики и моделирования, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса, Владивосток, Россия*

*E-MAIL: lev.mazelis@vvsu.ru*

*ORCID: 0000-0001-7346-3960*

*КОРЖАВИНА Анастасия Сергеевна — старший преподаватель кафедры электронных вычислительных машин, Вятский государственный университет, Киров, Россия*

*E-MAIL: as\_korzhavina@vyatsu.ru*

*ГРИГОРЕВСКИЙ Иван Николаевич — кандидат технических наук, старший научный сотрудник, Институт программных систем им. А. К. Айламазяна РАН, Переславль-Залесский, Россия; ответственный секретарь оргкомитета Национального Суперкомпьютерного Форума, Переславль-Залесский, Россия*

*E-MAIL: gin@nscf.ru*

*ORCID: 0000-0001-8078-1238*

*КОЛЕСНИЧЕНКО Юрий Юрьевич — врач, главный редактор Интернет-портала «Uzgraph.ru», Москва, Россия*

*E-MAIL: uzgraph@gmail.com*

*ORCID: 0000-0002-4426-9250*

**Аннотация.** Цифровые технологии объединяют людей в единое когнитивное пространство, формируя неосоциум. На основе интернета вещей строится принципиально новая среда обитания для человека — «умный город». Это, по сути, информационная система, в которой люди и инфраструктура связаны между собой как единый коннектом. Прогнозируемое появление в будущем технологий экзокортекса, со смешением природной и искусственной информации, получаемой человеком одновременно, кардинально поменяет функционирование локального (городского) социума как управляемой системы. Старые принципы градостроительства в условиях новой культуры станут дестабилизирующим фактором, подталкивающим городскую систему к деградации и исчезновению. Динамика, которую привносит цифровая трансформация, делает город неустойчивой системой. Проблема успешной цифровой трансформации города в «умный город» заключена в понимании новой, формирующейся социально-культурной среды жизненного пространства коммуны меняющихся людей, то есть в понимании неосоциума. Социальное управление «умным городом» должно меняться в соответствии с технологическим прогрессом, чтобы город как система не дестабилизировался и не вымирал. Представляется, что развивать инфраструктуру «умного города» нужно на основе природоподобных подходов. Лучшей моделью для этого является структура головного мозга — таламус.

**Ключевые** слова: неосоциум, таламус, интернет вещей, умный город, социальное управление, цифровая экономика

Происходящая в настоящее время информационная трансформация общества меняет характер обмена информацией внутри социума. Нарастает скорость обмена информацией, переходя в режим онлайн с ускорением обработки информации алгоритмами искусственного интеллекта. Информационные каналы окружают человека повсеместно. Устройства для обмена информацией из портативных и карманных (планшеты, смартфоны) становятся более миниатюрными и привязанными к человеку, носимыми (часы, очки, линзы). Смешиваются природные и искусственные каналы получения информации, что называют термином «дополненная реальность» (Augmented Reality). Уже существуют технологии, позволяющие проецировать цифровую информацию на сетчатку глаза (виртуальный ретинальный монитор, Virtual Retinal Display, VRD).

По прогнозам аналитической компании Envisioning.io, к середине нашего века широкое применение обретут технологии экзокортекса, не только усиливающие мозг человека искусственным интеллектом, но и объединяющие людей в единое когнитивное пространство через вживленные в мозг чипы [Зарра, 2012]. Двигаясь к этому будущему (которое уже нельзя назвать фантастическим, так как упомянутые технологии активно разрабатываются), социологи на данном этапе должны, с одной стороны, прогнозировать, каким будет неосоциум, а с другой — продумывать и предлагать концептуальные формы коммуникаций и управления для нового информационного общества.

Связанность людей усиливается по трем контурам: глобальный (открытый мир трансграничных коммуникаций), локальный (место проживания) и личный (узкий круг общения). Сегодня в нашу жизнь активно входит интернет вещей (Internet of Things, IoT). На основе IoT строится принципиально новая среда обитания для человека, которую принято называть «умное пространство» или «интеллектуальная экосистема» (Smart Space, Intelligent digitalized Ecosystem). В данной работе мы остановимся на локальном контуре — то есть на теме формирования города будущего. «Умный город» — это, по сути, информационная система, в которой люди и инфраструктура связаны между собой как единый коннектом. А при внедрении технологий дополненной реальности и экзокортекса обмен информацией в «умном городе» будет осуществляться в условиях смешения природной и искусственной информации, получаемой человеком одновременно. Помимо того, что такой усиленный поток поступающей в мозг информации будет оказывать влияние на психику людей, кардинально поменяется и функционирование локального социума как управляемой

системы. Характеристики, свойственные Большим данным, — объем, скорость и разнообразие — лучше всего описывают новый информационный обмен в рамках «умного города», IoT и далее — экзокортекса.

Новые технологии меняют человека, как следствие формируется неосоциум, а значит, возникает и новая культура. Старые принципы градоустройства в условиях новой культуры станут дестабилизирующим фактором, подталкивающим городскую систему к деградации и исчезновению. До цифрового бума, при прежнем экономическом укладе город можно было считать стабильной, устойчивой структурой, особенно если основу городской коммуны составляет глубокое культурно-историческое наследие. Любая динамика делает город неустойчивой системой [Нелинейная динамика..., 2014]. Закрываются одни производства и сервисы, открываются другие, на этот переходный процесс могут оказывать влияние экономические трудности и несовершенство управления. Происходит отток экономически активного населения, особенно молодежи, и город может не пережить переходного периода и прекратить свое существование. То есть переход на цифровую экономику, цифровая трансформация в отдельно взятом городе может обернуться катастрофой для города, так как динамика и прогресс превращают город в неустойчивую систему с оттоком жителей и вымиранием. Проблема успешной цифровой трансформации города в «умный город» заключена в понимании новой, формирующейся социально-культурной среды жизненного пространства коммуны меняющихся людей, то есть в понимании неосоциума.

В докладе Всемирного экономического форума [Zurancic et al., 2018] предложены три сценария развития «умных городов». Первый сценарий — уход в виртуальный мир, основные социально-культурные тенденции будут связаны с интеллектуальными системами и робототехникой. Второй сценарий — корпоративный, коммуна собирается вокруг определенного цикла производства (новая версия индустриальных моногородов). Третий сценарий — эко-город, главный социально-культурный тренд связан с экологической идеологией жизнедеятельности человека. Исходя из предложенных трех сценариев, можно предположить, что городской неосоциум будет характеризоваться мозаичностью. В зависимости от локальной коммуны, неосоциум будет либо полностью вовлечен в технологии экзокортекса, либо «умный город» будет жить как единая производственная площадка, либо главной целью будет сохранение природы и экологический образ жизни.

К какому из трех типов ни относился бы «умный город», социальное управление им должно меняться в соответствии с технологическим прогрессом по форме и содержанию, чтобы город как система не дестабилизировался и не вымирал. Представляется, что развивать инфраструктуру «умного города», «скелетом» которого служит IoT, нужно на основе природоподобных подходов. Лучшей моделью для этого является таламус — структура головного мозга, выполняющая функцию «реле», перенаправляющего всю сенсорную или двигательную информацию, поступающую в головной мозг, в разные отделы коры. В природе устроено так, что информация перенаправляется «реле» в трех видах. Это называют функциональными различиями ядер таламуса: *specific relay* — отдельные специфические потоки информации (сырая информация); *association relay* — потоки ассоциативной информации (обработанная информация из разных источников, ассоциированная одна с другой); *diffuse-projection* — диффузная информация (информация от множества неспецифических источников) [Melchitzky, Lewis, 2009]. На рис. 1 эти три вида потоков информации описаны с физиологической точки зрения — слева, и как экстраполяция с точки зрения ИТ-технологий и управления социумом — справа.

Чтобы понять, какими могут быть группы тематик и проблем, актуальных с точки зрения управления для социума на современном этапе, мы использовали данные, собранные методом API-социологии через доступ к глобальной поисковой системе Google [Яковлева с соавт., 2018]. Матрица ключевых слов (52 специальных слова, частотный морфологический анализ для 100 стран мира, подробнее см. в [Яковлева с соавт., 2018]) была подвергнута иерархической кластеризации, благодаря чему выявлены связанные темы обсуждения (концептуальные связанные темы, см. рис. 1). Выявленные тематики можно рассматривать в качестве социально-культурных черт формирующегося неосоциума (без претензии на всеобъемлющее описание этих черт). Представляется, что природоподобная трехуровневая модель распределения потоков информации в управлении «умным городом» (форма управления) может включать в себя шесть описанных на рис. 1 крупных тематик (содержание управления). Организованные таким образом цифровые потоки управления релевантны происходящей трансформации самого общества, то есть такая модель управления может лучше обеспечивать жизнедеятельность целостной городской коммуны, делая ее устойчивой и предотвращая отток населения.

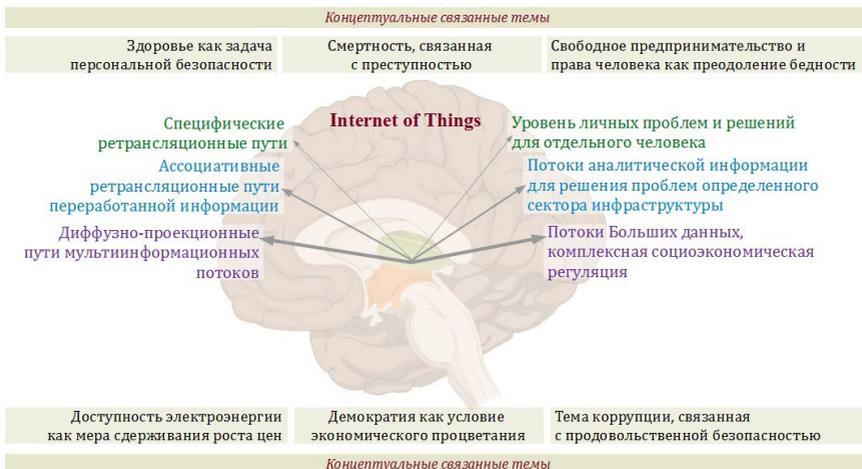


Рисунок 1. Природоподобный подход к управлению информационными потоками «умного города» (описание см. в тексте)

На рис. 2 показана карта мира с региональным распределением частоты встречаемости ключевого слова «Artificial Intelligence» (искусственный интеллект). Описание и трактовку методики см. в номерах журнала «Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены» № 5 (129), 2015 г. и № 6 (136), 2016 г. Данный термин отражает активность стран в разработке самой главной технологии цифрового управления. Можно отметить, что Россия имеет заметные преимущества на пути скорейшего создания искусственного интеллекта, а значит, вопрос автоматизированного цифрового управления городами может возникнуть в России уже в ближайшей перспективе.

Управление городскими цифровыми потоками требует суперкомпьютерных мощностей. В будущем каждый город должен будет иметь свой суперкомпьютер. Но уже сегодня необходимо использовать имеющиеся инфраструктурные ресурсы для отработки новых социальных подходов цифрового управления городами. Например, город Переславль-Залесский Ярославской области может рассматриваться как идеальная модель для отработки новых шаблонов социального управления «умным городом» (модель «умный город-мозг») с использованием вычислительных мощностей расположенного в городе суперкомпьютера на базе Института программных систем РАН (рис. 3).

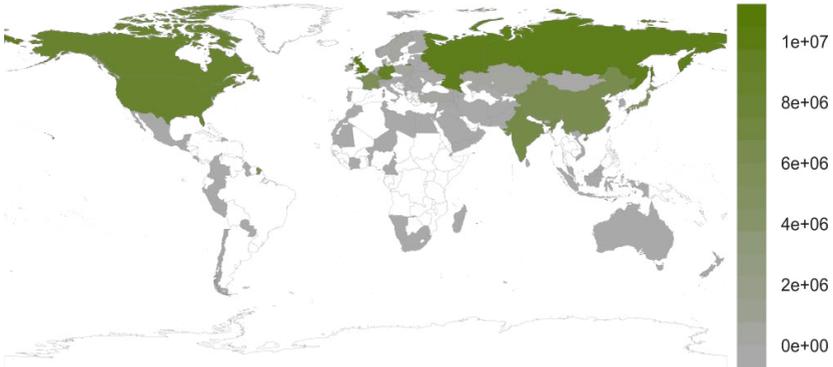


Рисунок 2. Распределение частоты ключевого слова «Artificial Intelligence» по 100 проанализированным странам мира. Чем больше интенсивность цвета, тем чаще встречаются слова при запросе к поисковой системе Google



Рисунок 3. Карта города Переславля-Залесского (карта Google), схематичное изображение организации «умного города-мозга».

Условные обозначения: 1 — расположение суперкомпьютерного вычислительного центра; 2 — расположение города на берегу Пleshчеева озера; 3 — потоки персонализированной информации от горожан (специфические ретрансляционные пути); 4 — потоки аналитической информации по секторам инфраструктуры (ассоциативные ретрансляционные пути переработанной информации); 5 — комплексная регуляция Больших данных от сетей IoT (диффузно-проекционные пути мультиинформационных потоков)

## Список литературы

1. Нелинейная динамика глобальных процессов в природе и обществе / под ред. И. В. Ильина, Д. И. Трубецкова, А. В. Иванова. М. : Изд-во Московского университета, 2014. 456 с.
2. Яковлева Д. А., Колесниченко О. Ю., Мазелис Л. С., Григоревский И. Н., Колесниченко Ю. Ю. О чем «говорит» мир? API-социология и глобальное сообщество Google // Материалы VIII международной социологической Грушинской конференции «Социолог 2.0: трансформация профессии», 18—19 апреля 2018 г. / отв. ред. А. В. Кулешова. М. : АО «ВЦИОМ», 2018. С. 171—176.
3. Melchitzky D. S., Lewis D. A. Functional Neuroanatomy / Kaplan & Sadock's Comprehensive Textbook of Psychiatry. Vol. I. 9th edition / Ed. B. J. Sadock, V. A. Sadock, P. Ruiz. USA: Wolters Kluwer & Lippincott Williams & Wilkins, 2009. P. 5—42.
4. Zappa M. Envisioning emerging technology. 2012. URL: <https://www.envisioning.io>.
5. Zupancic T., Buehler M., Kosta I., Dakhil H., Castagnino S., Iny A., Rothballer C. Future of Construction Initiative. Future Scenarios and Implications for the Industry, Report / World Economic Forum, The Boston Consulting Group. March 2018. P. 32.

**HEMOSKVA:**  
**практики управления на основе социологических данных**  
**в российских регионах**

**В. В. Токарев**

**РЕГИОНАЛЬНЫЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ КОМПАНИИ:  
ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ДИНАМИКА ПОКАЗАТЕЛЕЙ**

ТОКАРЕВ Василий Владимирович — кандидат технических наук, доцент, генеральный директор ООО ЦСМИ «Аналитик», Волгоград, Россия

E-MAIL: vasily-tokarev@yandex.ru

**Аннотация.** Представлены основные результаты инициативного исследовательского проекта «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» (РИК-2019), относящиеся к характеристике исследовательских компаний, дислоцированных в регионах России.

**Ключевые слова:** региональные исследовательские компании, число сотрудников, оборот, структура деятельности, технические ресурсы, динамика показателей.

Общепринятой и вполне обоснованной считается точка зрения, что основная часть рынка социологических и маркетинговых исследований России (по крайней мере, с точки зрения оборота) концентрируется в столицах [Дулина и др., 2017]. Так, «Объединение исследователей рынка и общественного мнения» (ОИРОМ) утверждает, что около 20 компаний (сейчас в ОИРОМ — 19 членов), входящих в его состав (все — из Москвы и Санкт-Петербурга), «вместе занимают более 60 % российского рынка»<sup>1</sup>. Это, однако, не отменяет того факта, что в регионах России работают сотни исследовательских компаний, которые в целом выполняют три основные функции:

1. Обслуживание «локального спроса» на социологические и маркетинговые исследования. Как правило, потребителями их услуг в проектах полного цикла становятся местные производители (в части маркетинговых исследований) и органы власти (в части социологических исследований).

<sup>1</sup> ОИРОМ. Объединение исследователей рынка и общественного мнения. URL: <http://oirom.ru/> (дата обращения: 10.03.2019).

2. Выполнение в своем регионе (иногда — и в других регионах) подрядов на полевые работы со стороны более крупных (как правило, столичных) исследовательских компаний. В современных условиях обращение в регионы зачастую оправдано тем, что рабочая сила там значительно дешевле, чем в столицах. Кроме того, передача подрядов в регионы часто имеет одним из своих мотивов «аутсорсинг рисков», связанных с особенностями деятельности исследовательских компаний в современных условиях.

3. Наконец, региональные исследовательские компании (во многих случаях помимо их воли) являются «школой кадров» и «кадровым резервом», за счет которого на протяжении многих лет пополнялись ряды сотрудников столичных исследовательских компаний.

Безусловно, этими тремя тезисами не исчерпывается роль региональных компаний в функционировании рынка PO&MR. Ряд региональных компаний вполне может составить конкуренцию столичным исследователям с точки зрения работы на общероссийском и даже на международных рынках. В региональном сегменте рынка PO&MR существует заметное число достаточно крупных компаний, имеющих представительства в нескольких городах России (МА «Практика», Екатеринбург; УралИНСО, Пермь), проводящих самостоятельные исследования за пределами России («Мониторинг», Владивосток; «Инфоскан», Новосибирск), напрямую работающих с зарубежными клиентами («Базис Интеллидженс Групп», Екатеринбург; «Социс», Ярославль). Безусловно, по своим оборотам региональные компании не могут тягаться с первой десяткой рейтинга наиболее крупных игроков, имеющих обороты в сотни миллионов и миллиарды рублей, но во втором десятке рейтинга, составленного FDF Group<sup>1</sup> вполне могли бы оказаться не менее полутора десятков исследовательских компаний, дислоцированных в регионах России.

Вопросы, связанные с оценкой ситуации в региональном сегменте рынка социологических и маркетинговых исследований России, на протяжении многих лет включаются в инструментарий инициативного исследовательского проекта «Профессиональный рейтинг исследовательских компаний» (РИК), который проводится Ассоциацией «Группа 7/89», начиная с 2004 г. В ходе исследования опрашиваются представители (как правило, первые лица) компаний, занимающихся выполнением полевых работ по заказам других (как правило, столичных) компаний.

<sup>1</sup> Рейтинг маркетинговых агентств 2017 / FDF Group. URL: <http://fdfgroup.ru/poleznaya-informatsiya/stati/rejting-marketingovykh-agentstv-2017/> (дата обращения: 10.03.2019).

В исследовании 2019 г. (14-я волна проекта РИК) всего было опрошено 222 компании, 214 из которых дислоцированы в регионах России. По имеющимся у нас оценкам, это около двух третей от общего числа компаний, работающих на рынке PO&MR в регионах России (общее количество компаний, работающих на региональных исследовательских рынках, оценивается в 2019 г. в 330 единиц).

Основные результаты, относящиеся к оценке характеристик региональных исследовательских компаний, полученные в исследованиях 2011—2019 гг., представлены в табл. 1.

**Таблица 1. Основные характеристики и показатели деятельности исследовательских компаний, дислоцированных в регионах России**

ПОКАЗАТЕЛЬ	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2018 год	2019 год
<b>Число сотрудников в компаниях</b>								
<b>Всего опрошено компаний</b>	<b>107</b>	<b>115</b>	<b>153</b>	<b>154</b>	<b>70</b>	<b>130</b>	<b>182</b>	<b>214</b>
Не более 5 сотрудников	36%	33%	35%	40%	34%	39%	47%	47%
От 6 до 10 сотрудников	32%	37%	36%	33%	35%	29%	30%	28%
От 11 до 20 сотрудников	23%	18%	21%	18%	22%	20%	10%	16%
21 и более сотрудников	10%	12%	8%	9%	9%	4%	7%	9%
<b>Среднее число сотрудников</b>	<b>11 чел.</b>	<b>12 чел.</b>	<b>10 чел.</b>	<b>11 чел.</b>	<b>11 чел.</b>	<b>10 чел.</b>	<b>9 чел.</b>	<b>10 чел.</b>
<b>Медиана</b>	<b>7 чел.</b>	<b>7 чел.</b>	<b>8 чел.</b>	<b>8 чел.</b>	<b>8 чел.</b>	<b>8 чел.</b>	<b>7 чел.</b>	<b>7 чел.</b>
<b>Мода (наиболее частое значение)</b>	<b>5 чел. (21%)</b>	<b>5 чел. (16%)</b>	<b>5 чел. (14%)</b>	<b>5 чел. (16%)</b>	<b>5 чел. (15%)</b>	<b>5 чел. (17%)</b>	<b>5 чел. (18%)</b>	<b>5 чел. (21%)</b>
<b>Доля неисследовательской деятельности в обороте компаний (%)</b>								
Отсутствует (менее 1%)	52%	54%	48%	50%	52%	56%	58%	56%
Составляет от 1% до 20%	26%	30%	32%	26%	36%	21%	18%	20%
Составляет 21% и более	23%	17%	21%	24%	12%	23%	24%	25%
<b>Средняя доля неисследовательских работ в компаниях</b>	<b>14%</b>	<b>13%</b>	<b>14%</b>	<b>18%</b>	<b>9%</b>	<b>15%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>
<b>Классификация компаний по обороту</b>								
Оборот не более 6 млн рублей (100 тыс. USD)	52%	55%	60%	55%	44%	47%	56%	54%
Оборот более 6, но менее 12 млн рублей (100—200 тыс. USD)	20%	18%	17%	22%	24%	27%	22%	22%
Оборот более 12 млн руб. (200 тыс. USD)	28%	27%	22%	23%	32%	26%	22%	25%

ПОКАЗАТЕЛЬ	2011 год	2012 год	2013 год	2014 год	2015 год	2016 год	2018 год	2019 год
<b>Финансовые результаты деятельности компаний, тыс. руб.</b>								
Средний общий оборот (доход)	<b>9132</b>	<b>9277</b>	<b>8117</b>	<b>9399</b>	<b>10079</b>	<b>11223</b>	<b>10116</b>	<b>12179</b>
Прирост/убыль оборота по отношению к предыдущему году		2%	-13%	16%	7%	11%	-10%	20%
Среднегодовой оборот (доход) по исследовательским проектам	<b>7951</b>	<b>8351</b>	<b>7201</b>	<b>8117</b>	<b>8718</b>	<b>10061</b>	<b>8962</b>	<b>10537</b>
Прирост/убыль оборота по отношению к предыдущему году		5%	-14%	13%	7%	15%	-11%	18%
Средняя выработка на одного сотрудника	<b>947</b>	<b>885</b>	<b>815</b>	<b>917</b>	<b>1016</b>	<b>1095</b>	<b>1197</b>	<b>1310</b>
Прирост/убыль по отношению к предыдущему году		-7%	-8%	13%	11%	8%	9%	9%
<b>Структура деятельности региональных исследовательских компаний</b>								
Доля полевых работ в общем обороте компании	57%	56%	56%	54%	57%	56%	58%	48%
Доля маркетинговых исследований полного цикла		14%	15%	15%	12%	17%	11%	15%
Доля социально-экономических исследований полного цикла	28%	17%	7%	7%	6%	5%	6%	10%
Доля социально-политических исследований полного цикла			8%	7%	8%	8%	8%	9%
<b>Всего проектов полного цикла в обороте компании</b>	<b>28%</b>	<b>31%</b>	<b>30%</b>	<b>28%</b>	<b>26%</b>	<b>30%</b>	<b>26%</b>	<b>34%</b>
Неисследовательские проекты, иные виды деятельности	15%	13%	14%	18%	17%	14%	16%	18%

Данные, приведенные в таблице, позволяют сделать следующие выводы:

1. Несмотря на наличие ряда крупных региональных компаний, часть которых упоминалась выше, «типичная» региональная исследовательская компания относится к сфере микробизнеса. Почти половина (47 % компаний) имеют в своем составе не более пяти штатных сотрудников. Среднее количество штатных сотрудников в исследовательских компаниях составляет 10 человек. В то же время ряд компаний имеют в своем штате более 50 сотрудников. Как правило, это компании, специализирующиеся на CATI-опросах и имеющие в своем составе штатных операторов.

2. Более чем для половины компаний социологические и маркетинговые исследования — единственный вид деятельности (56 %). В то же время можно отметить, что в течение последних лет несколько возросла доля компаний, совмещающих исследовательскую деятельность с иными видами бизнеса. Так, в исследовании 2019 г. четверть респондентов указали, что неисследовательская деятельность составляет в обороте их компании более 20 % (средний показатель — 18 %, максимум за весь период наблюдений). Можно предположить, что некоторое повышение доли неисследовательской деятельности связано не только с приходом в отрасль компаний из смежных областей (рекламы, BTL и т. д.), но и с диверсификацией бизнеса наиболее успешных региональных компаний, инвестирующих полученные средства в новые направления деятельности.

3. Средний оборот региональной компании за 2018 г. составил около 12 млн руб., что на 20 % больше, чем годом ранее. Не менее 10 компаний (около 5 % опрошенных) имеют оборот, превышающий 50 млн рублей в год. В то же время оборот не более 1,5 млн рублей имеют 11 % опрошенных, и еще 14 % имеют оборот от 1,5 до 3 млн рублей.

4. Средняя выработка на одного штатного сотрудника региональной исследовательской компании за 2018 г. составила около 1,3 млн рублей, что на 9 % выше, чем годом ранее (в долларовом выражении выработка на сотрудника практически не изменилась и осталась на уровне 21 тыс. долл. США). В целом можно говорить, что средняя выработка на сотрудника в рублях постепенно увеличивается на протяжении последних пяти лет (от 8 % до 13 % в год). Вероятнее всего, это связано не столько с повышением эффективности работы персонала, сколько с процессом инфляции и следующим за ним (и частично его компенсирующим) незначительным увеличением стоимости большинства исследовательских процедур.

5. В исследовании 2019 г. средняя доля полевых работ в обороте региональных исследовательских компаний впервые за весь период наблюдений опустилась ниже 50 % (составила 48 %). Этот результат был обеспечен в первую очередь за счет увеличения в обороте региональных компаний доли проектов полного цикла (с 26 % в 2018 г. до 34 % в 2019 г.). С нашей точки зрения, подобные оценки вполне правдоподобны — за счет «ухода» значительной доли полей в онлайн региональные компании лишаются большей части привычной полевой загрузки и вынуждены (а с другой стороны — получают возможность) развивать новые направления своей деятельности. Несмотря на это, подавляющая

часть (97 %) региональных компаний по-прежнему сохраняют в портфеле предлагаемых услуг проведение полевых работ, параллельно этому развиваются новые направления. В 2019 г. 82 % опрошенных региональных компаний указали, что они проводят проекты полного цикла; 19 % — что они занимаются поддержанием онлайн-панелей и предоставлением доступа к ним конечным клиентам или другим исследователям; 44 % — что они предоставляют консалтинговые услуги в сфере маркетинга и социологии; 7 % разрабатывают программные системы и сервисы для организации и проведения исследований.

6. Еще одним направлением выраженных изменений, отмеченным в исследованиях 2018 и 2019 гг., стало очевидное усиление производственной и материальной базы региональных исследовательских компаний. Основными «материальными ресурсами» (помимо «парка планшетов и ноутбуков», которые сегодня, по сути, превратились в расходный материал) региональной исследовательской компании являются фокус-групповая комната и САТІ-центр (как с технической, так и с организационной точки зрения).

7. Сегодня около половины региональных компаний (51 % в 2018 г., 46 % — в 2019 г.) имеют фокус-групповые комнаты, оснащение которых от года к году улучшается. Практически все они оборудованы стационарной системой видеозаписи (92 %), видеолинком (93 %), системой трансляции через интернет (91 %), более половины имеют стекло Гизелла (54 %).

8. Около трети региональных компаний имеют возможность предоставлять клиентам услуги САТІ-опросов (всего в регионах находится около 110 колл-центров, общее количество рабочих мест операторов составляет около 3000). Абсолютное большинство колл-центров имеют возможность записи всех переговоров (99 %), оборудованы системой автодозвона (74 %) и удаленного мониторинга работы операторов (76 %). Некоторые компании полностью закрыли направление «традиционного поля», сконцентрировавшись на САТІ.

Таким образом, в целом можно говорить, что основная часть региональных компаний, пусть и вынужденно, но достаточно успешно адаптируется к изменяющимся исследовательским технологиям и в целом к ситуации на рынке, развивает новые направления деятельности и вполне успешно замещает «выпадающие» объемы традиционных полевых заказов. В то же время более половины руководителей региональных компаний расценивают происходящие на рынке изменения как «безусловно неблагоприятные» (10 %) или «скорее неблагоприятные» (43 %).

### **Список литературы**

Дулина Н. В., Звонковский В. Б., Токарев В. В. Рынок социологических и маркетинговых исследований в России: состояние, динамика, прогноз // Социологические исследования. 2017. № 12. С. 119—131.

**И. В. Троцук**

## **МОНИТОРИНГИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ: «КОЛИЧЕСТВО», «КАЧЕСТВО» ИЛИ ИХ СОЧЕТАНИЕ?**

*ТРОЦУК Ирина Владимировна — доктор социологических наук, профессор кафедры социологии, Российский университет дружбы народов, Москва, Россия*

*E-MAIL: irina.trotsuk@yandex.ru*

*ORCID: 0000-0002-2279-3588*

**Аннотация.** В последние годы в социологическом дискурсе оформились две модели концептуализации жизни сельских сообществ: во-первых, презентации результатов применения отдельных качественных методов или их сочетаний, в которых в деталях воссоздается картина жизни отдельных сел [см., напр.: Виноградский, 2009; Ястребинская, 2005]; во-вторых, оценки экономических и институциональных трансформаций, полученные в ходе статистических и социологических обследований и показывающие противоречия российского аграрного реформирования и сельского развития [см., напр.: Узун, Шагайда, 2015]. Второй дискурс считается предпочтительным, поскольку позволяет «количественно» зафиксировать характерную для российского общества многоукладность, объясняет формирование устойчивых «черных дыр» на периферии административных областей и удобен для принятия управленческих решений. Однако он обладает традиционными ограничениями макрооптики и не позволяет увидеть детали реальной жизни через призму абстрактных институциональных схем, а потому требует дополнения элементами второго дискурса — анализом индивидуальных жизненных траекторий и устойчивых групповых форм поведения.

**Ключевые слова:** мониторинг, сельские территории, количественный и качественный подход

**Благодарность.** Исследование выполнено при поддержке РФФИ. Проект № 18-011-00568 «Модели взаимодействия сельскохозяйственного бизнеса и местной власти: механизмы воспроизводства предпринимательского слоя и элементов неформальной экономики в зоне Нечерноземья».

Мониторинги развития сельских территорий стали распространенной исследовательской практикой, выполняя, как правило, вспомогательно-иллюстративную функцию по отношению к статистическим данным. Несмотря на контрасты сельского развития, сложно обнаружить столь же принципиальные различия между российскими и зарубежными мониторингами: большинство проводится на основе утвержденных государством программ и критериев и опирается на некий базовый принцип, задающий общую логику их реализации. Например, в Германии мониторинги базируются на идее изменения традиционной модели сельского развития как основанной на ряде спорных принципов, в частности, что сельская и сельскохозяйственная политика — это одно и то же, а фермерство — единственное решение для улучшения социально-экономического положения сельских домохозяйств. Общими являются и ограничения большинства мониторингов, обусловленные отсутствием единой концепции, эмпирических индикаторов и методических решений даже внутри каждой страны.

Вероятно, наиболее последовательным с концептуальной и методологической точек зрения российским мониторингом является проект Департамента развития сельских территорий Минсельхоза и Центра развития сельских территорий и рынка труда ВНИИЭСХ, по итогам которого публикуется ежегодный аналитический доклад, предназначенный для информирования федеральных и региональных органов власти, общественных и общественно-политических организаций, научных и хозяйственных работников и принятия управленческих решений. К 2018 г. было проведено четыре волны обследований по единой тематической структуре статистического и социологического сбора и анализа данных [О состоянии сельских территорий, 2017; 2018]. Опора на единую систему тематически сгруппированных индикаторов позволяет авторам проекта проводить интегральную оценку дифференциации субъектов Российской Федерации по уровню социально-экономического развития по следующим показателям: общая продолжительность жизни сельского населения, детская смертность, численность безработных, отношение располагаемых ресурсов к величине прожиточного минимума, удельный вес общей площади жилых помещений, оборудованной одновременно водопроводом, канализацией, отоплением, горячим водоснабжением, газом или напольными плитами, миграционный прирост, валовой региональный продукт на душу населения региона. Кроме того, учитываются и данные выборочных обследований бюджетов сельских домохозяйств.

В 2018 г. мониторинг был дополнен телефонным опросом сельских жителей и реализован Институтом прикладных экономических исследований РАНХиГС. Он подтвердил ряд долговременных проблем сельского развития, в частности, что его главными ограничениями остаются инфраструктурные проблемы и безработица. На их фоне несколько отошли на второй план насущные с советских времен вопросы сельского здравоохранения, образования и культуры. Причем лидерами по большинству негативных характеристик сельского развития оказались Дальневосточный, Сибирский и Северо-Западный округа.

Безусловно, подобные опросы являются важным дополнением статистических данных, однако они не позволяют преодолевать ограничения макроподхода и отказываться от описания региональных ситуаций слишком крупными мазками, игнорируя локальные особенности сельской жизни. Необходимо проводить и мониторинговые исследования иного плана — в формате повторных кейс-стади, основанных на длительных включенных наблюдениях и полуформализованных интервью с сельскими жителями как «экспертами» в собственной повседневности. Кейс-стади отрицает не важность статистических показателей для выявления социально-экономических тенденций, а их достаточность для понимания того, чем и как живут люди на селе [см., напр.: Смыслы сельской жизни, 2016].

Сочетание количественных и качественных мониторингов позволит, например, не только увидеть масштабы имитационной деятельности, но и понять ее механизмы и причины воспроизводства: почему местные власти имитируют выполнение требований региональных и федеральных органов, чтобы сохранить устраивающее их положение дел; почему руководители сельхозпредприятий имитируют выполнение законов так, чтобы их отчетность устраивала все контролирующие инстанции, но реально ситуация не менялась; почему фермеры имитируют следование всем правилам, на деле изобретая все новые неформальные способы обхода препон для социально-экономического выживания и т. д. Другое преимущество сочетания мониторингов двух типов состоит в том, что количественные данные позволяют обозначить на карте сельской России «территории роста», «территории стагнации» и «территории сжатия», а качественные данные помогают понять причины сохранения сельской жизни на «территориях сжатия», например, показав, что сегодня в Нечерноземье формируется новый местный предпринимательский слой — из отказавшихся от традиционной стратегии миграции в города [см., напр.: Между домом и домом, 2016] представителей поколения детей нынешних руководите-

лей сельхозпредприятий, а также из выбирающих стратегию переезда в село горожан [см., напр.: Божков, Троцук, 2018].

### **Список литературы**

1. Божков О. Б., Троцук И. В. Тенденции развития сельских районов России: постановка исследовательской задачи и первые результаты повторного кейс-стади // Вестник РУДН. Серия «Социология». 2018. Т. 18. № 4.
2. Виноградский В. Г. «Орудия слабых»: технология и социальная логика повседневного крестьянского существования. Саратов, 2009.
3. Калугина З. И., Фадеева О. П. Российская деревня в лабиринте реформ: социологические зарисовки. Новосибирск, 2009.
4. Между домом... и домом. Возвратная пространственная мобильность населения России / под ред. Т. Г. Нефедовой, К. В. Аверкиевой, А. Г. Махровой. М., 2016.
5. Нефедова Т. Г. Сельская Россия на перепутье : Географические очерки. М., 2003.
6. О состоянии сельских территорий в Российской Федерации в 2015 году / В. П. Свеженец, А. Г. Папцов, Л. В. Бондаренко. М., 2017.
7. О состоянии сельских территорий в Российской Федерации в 2016 году / В. П. Свеженец, А. В. Петриков. М., 2018.
8. Смыслы сельской жизни (Опыт социологического анализа) / под ред. Ж. Т. Тощенко. М., 2016.
9. Узун В. Я., Шагайда Н. И. Аграрная реформа в постсоветской России: механизмы и результаты. М., 2015.
10. Ястребинская Г. А. Таежная деревня Кобелево. История советской деревни в голосах крестьян: 1992—2002. М., 2005.

**Л. П. Федоренко**

## **ОПЫТ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ В ПРОВИНЦИАЛЬНОМ МУНИЦИПАЛИТЕТЕ**

*ФЕДОРЕНКО Людмила Петровна — кандидат социологических наук, доцент, Филиал федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Кубанский государственный университет», Славянск-на-Кубани, Россия  
E-MAIL: FLP2008@yandex.ru*

**Аннотация.** Автор описывает личный опыт проведения социологического исследования по заказу администрации муниципального образования Славянский район Краснодарского края и делает вывод, что в исследованиях такого уровня главной проблемой является обеспечение необходимого объема выборки, что, в свою очередь, объясняется недостаточным для работы с большими объемами количеством компетентных исполнителей.

**Ключевые слова:** социологическое исследование, муниципальная власть, электоральное поведение

Муниципальной властью Славянского района Краснодарского края неоднократно оказывалась востребована социологическая информация о политических симпатиях местных жителей. Главная трудность, с которой столкнулась администрация, — полное отсутствие в районе специалистов, способных организовать соответствующее исследование. Единственным доступным социологом оказалась автор данной статьи, доцент местного педагогического института, да и то не специализирующаяся на методологии социологических исследований. Тем не менее администрация использовала этот ресурс для исследования политических настроений местных жителей.

Так, в 2000 г. после выборов местной власти 3 декабря обнаружилось, что одно из поселений района выделяется наиболее негативным отношением к действующей власти, поскольку среди предложенных больше голосов было отдано не за действующего главу района, а за других кандидатов. Администрацию района заинтересовали причины негативного электорального поведения по отношению к действующей власти, вследствие чего было проведено исследование среди жителей этого поселения.

Выборка была сформирована как представительная модель поселения по признакам «участие в выборах местной власти» и «голосование за конкретного кандидата на выборах». В исследовании проверялись гипотезы о том, что причиной голосования за других кандидатов является представление населения о моральных и деловых качествах действующего главы. В свою очередь, причиной негативного представления о качествах действующего главы являются ориентации на слухи, листовки других кандидатов, встречи и личное общение с ними. Предполагалось также, что негативную информацию о действующей власти легче воспринимают люди, неудовлетворенные работой действующего главы города и района.

В результате исследования наше предположение о негативном влиянии слухов не подтвердилось. Оказалось, что соседи и знакомые респондентов рисуют наиболее привлекательный для избирателя портрет действующего главы (по сравнению с другими источниками). Однако подтвердилось предположение о негативном влиянии самих конкурентов и их листовок. Действительно, электорат конкурентов действующего главы сформировался из респондентов, ориентирующихся на листовки (12,5%) и личное общение с кандидатом (18,2%). Для них также оказалось значимым мнение соседей и друзей (12,5%).

Выявлено, что основной причиной голосования за конкурентов действующего главы является субъективная оценка респондентами честности кандидатов, в результате которой ему «отказано» в этом качестве. Другими словами, эти респонденты не верят главе района, то есть причина голосования за других кандидатов — недоверие действующей власти. Причина существования самого факта недоверия исследованием не установлена. Указанная причина актуальна для тех, кто делает свой выбор, ориентируясь на моральные качества кандидатов. Те, кто при голосовании ориентировались на деловые качества, оценили у конкурентов главы «решительность в борьбе с нерадивыми людьми, которые плохо выполняют свои должностные обязанности». Вероятно, главной причиной голосования за других кандидатов для этих респондентов стала недостаточная, по их мнению, решительность главы в борьбе с «нерадивыми».

Проверка зависимости выбора кандидата от качества работы действующего главы показала, что среди неудовлетворенных работой главы по показателям «благоустройство», «здравоохранение», «работа с жалобами» больше голосующих за других кандидатов, чем среди удовлетворенных. Таким образом, общие выводы исследования говорят о том, что основными причинами голосования за других кандидатов яв-

ляются недоверие действующему главе и его нерешительность в борьбе с «нерадивыми» чиновниками. Такая оценка главы в значительной мере сформирована его конкурентами и их листовками. При этом наиболее восприимчивы к негативной оценке главы те респонденты, которые неудовлетворены его работой по показателям «благоустройство», «здоровоохранение», «работа с жалобами». Эти выводы помогли скорректировать работу местной власти в исследуемом населенном пункте.

В 2007 г., накануне очередных выборов депутатов в Государственную думу и в краевое Законодательное собрание, муниципальной властью было заказано исследование предвыборных установок избирателей сельских, станичных и поселковых округов Славянского района. Заказчик определил в качестве метода сбора информации индивидуальное раздаточное анкетирование, высказав пожелание о формулировке основного вопроса в виде «Если бы выборы состоялись сегодня, то за кого бы Вы отдали свой голос?». Исследование проводилось группой анкетеров и обработчиков информации (25 человек) из числа студентов местного вуза под руководством автора статьи. При организации этого исследования возникла проблема физической невозможности охвата всех населенных пунктов района столь малым исследовательским коллективом. Проблема была решена за счет целевого ограничения спектра поселений. Решено было опросить жителей административного центра района (город Славянск-на-Кубани), а выборку для самого Славянского района сформировать методом отбора такого поселения, в котором результаты голосования на последних выборах совпадают со средними результатами голосования по району. Анализ результатов выборов президента показал, что наиболее приближены к результатам голосования Славянского района результаты Протокского сельского поселения. Мы предположили, что опрос жителей этого поселения о политических предпочтениях даст результаты, приближенные к результатам опроса всех жителей района. Выборка для города и для Протокского сельского поселения была сформирована квотная, представительная по признакам «пол» и «возраст». Пропорции рассчитаны на основании статистической информации, предоставленной Администрацией города Славянска-на-Кубани и Славянского района.

Это исследование также оказалось полезным для муниципальной власти, так как позволило скорректировать предвыборную кампанию того кандидата в краевое Законодательное собрание, в котором была заинтересована местная власть.

После 2007 г. обращений в вуз для проведения социологических исследований не поступало. По-видимому, в районной администрации сформировался достаточно квалифицированный аналитический отдел. Сложившийся опыт сотрудничества с муниципальной властью в сфере использования социологической информации позволяет сделать вывод, что главная проблема в организации исследований этого уровня — обеспечение необходимого объема выборки, что, в свою очередь, объясняется недостаточным для работы с большими объемами количеством компетентных исполнителей.

**Е. А. Когай**

## **СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО СТРАТЕГИРОВАНИЯ (ПО МАТЕРИАЛАМ ФОКУС-ГРУПП)**

*КОГАЙ Евгения Анатольевна — доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой социологии, Курский государственный университет, Курск, Россия*

*E-MAIL: eakogay@mail.ru*

**Аннотация.** В российских регионах идет активный процесс ротации руководителей. Новые главы субъектов РФ заявляют о начале серьезных стратегических преобразований. На базе научно-исследовательской социологической лаборатории Курского государственного университета в ноябре 2018 г. было проведено четыре фокус-группы с целью изучения общественного мнения жителей региона о проблемах развития региона. В работе представлена аналитическая репрезентация ряда позиций проведенного исследования, касающихся приоритетов развития региона, актуальных проблем социального характера, видения ближайшего будущего региона, представлений о субъекте стратегирования.

**Ключевые слова:** фокус-группа, целевые группы, приоритеты развития, будущее региона, обратная связь, субъект стратегирования

**Благодарность.** Публикация подготовлена при поддержке РФФИ в рамках проекта 18-011-00739 «Социокультурные основания стратегического планирования развития российского макрорегиона (на примере Центрального Черноземья)».

Разработка качественных управленческих решений в органах государственной власти и местного самоуправления, их эффективная реализация выступают необходимыми предпосылками стабильного и успешного развития региона, повышения уровня и качества жизни населения. Проводимые в российских регионах социологические исследования на основе методики «Социокультурный портрет региона» (разработчики методики — Н. И. Лапин, Л. А. Беляева) дают убедительные свидетельства о наличии весомого социокультурного потенциала модернизационных преобразований в российских регионах, об их следовании тренду, харак-

терному для цивилизованных стран. Однако те же исследования говорят о том, что модернизационные процессы осуществляются фрагментарно, стихийно, точно. Это объясняется отсутствием концептуально обоснованной и эмпирически выверенной долгосрочной стратегии развития, в которой было бы достигнуто оптимальное сопряжение федеральной вертикали и регионально-муниципальной горизонтали.

В настоящее время в российских регионах идет активный процесс ротации руководителей. Новые главы субъектов Российской Федерации заявляют о курсе на осуществление серьезных преобразований в регионах, о намерении осуществления проектного управления. Вместе с тем возникает потребность в научном обеспечении заявляемых стратегических курсов, в опоре на экспертное региональное сообщество.

В Курской области по заданию врио губернатора Р.В. Старовойта на базе научно-исследовательской социологической лаборатории Курского государственного университета в ноябре 2018 г. было проведено четыре фокус-группы с целью изучения общественного мнения жителей региона о проблемах развития региона. Были сформированы целевые группы, каждая из которых представила свое видение сегодняшнего и завтрашнего дня региона.

Объект исследования — преподаватели вузов, общественники, представители бизнеса, студенты Курской области. Цель работы состояла в воссоздании социокультурных предпосылок реализации стратегии развития региона, в выявлении возможностей обновления управленческих практик на территории области.

Обратимся к аналитической репрезентации ряда позиций проведенного исследования — приоритетов развития региона, актуальных проблем социального характера, видения ближайшего будущего региона, представлений о субъекте стратегирования.

Ключевым блоком в проводимом исследовании стал вопрос о приоритетах развития региона в соответствии с учетом приоритетных сфер развития страны, заданных указом Президента РФ от 7 мая 2018 г. Здесь на первый план вышли вопросы решения проблем социально-экономического развития Курской области, регулирования роста заработной платы, содействия развитию предприятий малого бизнеса. При этом было отмечено, что для региона представляется важным развитие аграрного сектора. Представители научно-педагогического сообщества подчеркнули, что Курская область обладает оптимальными условиями для развития человека и жизни в целом. В Стратегии Курской области,

принятой на период до 2020 г., рассматривались два сценария развития региона — инерционный и инновационный. Инерционный путь оказался доминирующим. Участниками дискуссии было предложено отказаться от консервативной модели развития региона, обратиться к созданию технопарка и, по возможности, начать индустриализацию региона.

Активисты-общественники предложили широкий спектр задач, среди которых были особо отмечены такие, как увеличение дохода и повышение инвестиционной привлекательности региона, улучшение благоустройства города и городской среды, решение вопроса трудоустройства молодежи и граждан предпенсионного возраста, поддержка малого и среднего бизнеса, налаживание контакта и обратной связи с властными структурами, повышение качества медицинских услуг, поддержка талантливой молодежи, улучшение инфраструктуры и жилищно-коммунальной сферы.

Стратегические ориентиры развития Курской области с позиции предпринимателей выглядели следующим образом: ориентация региона на стратегию роста; обеспечение миграционного притока в регион; создание благоприятного инвестиционного климата; развитие системы трудоустройства молодых специалистов; поддержка местных производителей для реализации их продукции в торговых сетях.

Студенческая молодежь предложила свои приоритеты регионального развития: изменения в кадровом аппарате администрации области по направлениям повышения уровня компетентности и квалификации и постепенного омоложения кадров; решение проблем трудоустройства молодежи; развитие промышленного производства в регионе; развитие сельских территорий; развитие транспортной инфраструктуры в регионе и областном центре; повышение эффективности реализации градостроительной политики в регионе, реставрация зданий — памятников культуры; выстраивание обратной связи между населением региона и администрацией области с целью определения ключевых проблем регионального развития.

Обозначим наиболее острые из проблем социального характера, с которыми сегодня приходится наиболее часто сталкиваться жителям Курской области: невысокая эффективность управленческих решений, связанная в большей мере с несменяемостью власти на протяжении последних 18 лет; сложность трудоустройства на работу по профилю полученного образования у выпускников образовательных организаций профессионального образования, отсутствие у многих из них опыта работы, наличия которого требуют многие работодатели; низкое качество работы

служб ЖКХ и безответственное отношение курян к вопросу поддержания чистоты в общественных местах; неразвитость гражданской инициативы и правовой грамотности населения региона.

Важно обратиться к тому, как представляют разные целевые группы ближайшее будущее региона в контексте предлагаемых ими преобразований. Были заданы следующие вопросы: «Что именно должно измениться, что мы можем получить в итоге?», «Какими должны стать названные ранее сферы жизни?», «Как обозначенные Вами изменения отразятся на вашей собственной жизни, а также на жизни Ваших близких?». Следует отметить, что участниками фокус-групп была нарисована довольно оптимистическая картина. Это прежде всего рост населения в регионе; рост занятости, в первую очередь молодежи; рост численности представителей среднего класса; рост фермерских хозяйств; возможность за имеющиеся деньги покупать качественные товары; повышение привлекательности аграрного сектора; совершение рывка в отдельных отраслях промышленности. Ключевыми показателями оценивания происходящего были названы такие, как «желание оставаться жить и работать в регионе», а также «жить в регионе без оглядки на соседние регионы и страны».

Участники дискуссий также отметили, что позитивные перемены обязательно найдут отражение и в настроении и мышлении людей. «Люди станут добрее и начнут делать больше добрых дел и уделять внимание тем же пенсионерам, ветеранам, животным. Всем станет лучше!», — отметила активистка Анна.

Вопрос о разработке и реализации стратегий развития российских регионов не праздный. В этом плане особый интерес представляет, на наш взгляд, вопрос о субъекте стратегирования. Кто должен разрабатывать стратегии, кому следует заниматься их реализацией? Один из блоков фокус-группы касался вовлечения граждан и стейкхолдеров в реализацию планов регионального развития. Участники интервью единодушно заявили о своей готовности оказать необходимую помощь и поддержку руководству региона. Можно опереться на преподавателей, на студентов, на общественные организации и различные учебные заведения, на специалистов (с существенной оговоркой: «в пределах своей компетенции»). При этом прозвучало предложение активнее обращаться к инициативным людям, новаторам, которые работают в разных сферах деятельности.

Отметим, что ряд позиций, получивших отражение в аналитических записках по итогам проведения исследований, уже сегодня находит воплощение в регионе.

**А. Д.-Б. Самба**

## НОВЫЕ СЛОИ В СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЕ РЕСПУБЛИКИ ТЫВА

САМБА Анна Демир-Баадыровна — аспирантка ФНИСЦ РАН, Москва, Россия

E-MAIL: sundui2012@yandex.ru

**Аннотация.** В статье рассматривается проблема трансформаций в социально-профессиональной структуре региона. Показано, что процессы модернизации, проходящие как в России в целом, так и в Республике Тыва, вызывают существенные преобразования, ставящие перед исследователями ряд задач. Под влиянием новых механизмов организации труда и занятости населения Тувы в социальном пространстве региона старые профессиональные группы стали активно перетекать в новые профессиональные группы. Молодым людям в возрасте до тридцати пяти лет в рамках государственной социальной программы «Кыштаг (зимовье) — для молодой семьи» приходится заниматься животноводством. Эта новая группа «самозанятых» в социально-профессиональной структуре Тувы находится на стадии становления.

**Ключевые слова:** социально-профессиональная структура, социальное пространство, самозанятые, чабан-тысячник, молодой чабан.

*Когда труд — удовольствие, жизнь хороша!*

*Когда труд — обязанность, жизнь рабство!*

М. Горький

Процессы модернизации в России затронули фактически все сферы российского общества, в том числе рынок труда и социально-профессиональную структуру регионов, систему трудовых отношений и занятость. Трансформация регионального сообщества и ее последствия (в частности, расслоение населения, безработица и др.) «наслоились» на общероссийские тенденции, связанные с изменением российского рынка труда. Эти изменения коснулись не только страны в целом, но и малочисленных этносов, длительное время существовавших в условиях кочевой цивилизации, в регионах, характеризующийся специфическим хозяйственным укладом. Одним из таких регионов является Республика

Тыва (Тува). До конца 1920-х гг. трудно было говорить об отраслевой и профессиональной структуре в республике Тыва. Процесс формирования отраслевой структуры в ее современном понимании в Тыве занял значительное время. Данная работа посвящена формированию новых слоев в социально-профессиональной структуре Тувы, а также выявлению и определению самостоятельно занятых в животноводческой отрасли Тывы в настоящее время.

По официальным данным, в целом население Республики Тыва ежегодно растет, в 2017 г. оно составляло 321 722 человек, в том числе городское население — 173 853, а сельское — 147 869 человек. Из общей численности населения моложе трудоспособного возраста — 111 402 человек; в трудоспособном возрасте — 173 599 человек; старше трудоспособного возраста — 36 721 человек [Статистический ежегодник Республики Тыва, 2018].

Со временем одни профессиональные группы (слои) утрачивают прежнюю значимость, вновь возникшие становятся более значимыми, чем другие. Появляются новые формы занятости и организация труда, предъявляющие новые требования к работникам. На смену традиционным формам занятости, для которых характерна постоянная длительная занятость, гарантия рабочего места и социальная защищенность работника, приходят новые. Им присущи такие характеристики, как отсутствие формализованного рабочего места (удаленная, дистанционная занятость), непостоянная, негарантированная занятость (например, чабан), часто без социальных гарантий. *Эти изменения приобретают новый характер*, сближая социально стратификационные системы регионального общества, что выражается, например, в таком явлении, как самозанятые в животноводстве, и формировании нового слоя «молодого чабана» — *специфической социальной группы в обществе Тывы*, которая привлекает все больше внимания как российских, так и региональных социологов — в силу того, что новые социальные слои не обрели устойчивости, а находятся как бы «на стыке» разных классов и социальных групп, что во всем мире характерно для прекариатов [Голенкова, Голиусова, 2015]. Профессиональный статус остается уделом «старых» профессиональных групп, «традиционных» профессий (чабаны, оленеводы, учителя, врачи, продавцы и т. п.). Представители «новых» профессиональных групп (риелторы, менеджеры, программисты, таксисты, молодые чабаны и т. п.) пришли из «старых» профессиональных групп, получив непрофильное образование или освоив новую профессию,

и смогли работать не по полученной специальности [Социальное пространство... 2017].

В Республике Тыва профессия чабана является традиционной и очень древней. Как известно, в этом регионе животноводство — основная традиционная отрасль народного хозяйства (преобладает овцеводство). Например, в структуре сельского хозяйства Тывы в 2018 г. на долю продукции растениеводства приходилось 17,7 %, на долю животноводства — 82,3 %. поголовье овец и коз в Тыве по состоянию на конец 2018 г. насчитывало 1 146,2 тыс. голов, или 4,7 % в общей численности овец и коз в РФ (седьмое место среди регионов РФ)<sup>1</sup>. За пять лет объем голов увеличился на 11,2 %, за 10 лет — на 69,5 %. Производство баранины и козлятины в Республике Тыва в 2015 г. составило 11,3 тыс. тонн в живом весе (5,0 тыс. тонн в перерасчете на убойный вес). За пять лет производство увеличилось на 12,6 %. Доля Республики Тыва в общем объеме производства баранины и козлятины в России составила 2,5 % (11-е место в рейтинге регионов-производителей данного вида мяса)<sup>2</sup>.

Таким образом, «традиционную» занятость представляют две новые для современной Тывы категории ненаемных работников — чабаны-тысячники» и молодые чабаны.

**Чабан-тысячник, негосударственная сфера.** После распада СССР профессия чабан утратила свою значимость в структуре государственных организаций сельского хозяйства. Несмотря на это, работники либо по профессиональным династиям, либо по укладу жизни продолжали развиваться, и сформировался новый слой социально-профессиональной структуры постсоветской России и Тывы.

По критериям справочника общероссийского классификатора профессия чабан стоит под кодом 19542 [Справочник кодов общероссийских классификаторов... 2018]. По данным интернет-источников можно сравнить доход занятых в животноводстве чабанов в других регионах, средний доход работника составляет от 11 300 до 25 000 рублей в месяц. В Тыве чабан работает как самозанятый, средний доход не определен.

В целях поддержки и развития занятости населения в возрасте до 35 лет (семей) на региональном уровне было принято решение о государственной поддержке чабанов Тывы, имеющих тысячу и более голов мелкого рогатого скота. Профессия на региональном уровне стала

<sup>1</sup> Экспертно-аналитический центр агробизнеса «АБ-Центр». URL: [www.ab-centre.ru](http://www.ab-centre.ru) (дата обращения 01.03.2019).

<sup>2</sup> Там же.

называться «чабан-тысячник», выдается удостоверение, утвержденное Правительством Республики Тыва по предложению Министерства сельского хозяйства Тывы. По официальным данным с 2011 г. чабаны-тысячники, имеют право на первоочередное медицинское обслуживание, бесплатный проезд к месту отдыха один раз в год. Их детям предоставляется приоритетное право на получение среднего и высшего образования по сельскохозяйственной специальности в рамках социального проекта «Не менее одного ребенка с высшим образованием». В республике составлен список чабанов-тысячников, на данный момент зарегистрировано всего 60 человек. Животноводы, включенные в реестр «тысячников», получают от государства субсидии на маточное поголовье (35 рублей на одну голову мелкого рогатого скота). Ежегодно проводится съезд животноводов республики, и чабаны-тысячники делятся своим опытом работы с менее опытными коллегами — молодыми чабанами [Постановление Правительства РТ, 2010]. По официальным данным, в Тыве сегодня около 40 тыс. семей занимаются разведением скота в статусе именно ЛПХ, «причем в собственности у них не по 5—10 буренок, а от 300 до 1000 голов мелкого рогатого скота», — сообщил глава Республики Тыва [Глава Тывы объяснил..., 2019].

Таким образом, в условиях новой социально-экономической реальности возникает новая профессиональная реальность — негосударственная система в сфере животноводства и новый социальный слой — чабаны-тысячники.

**Молодой чабан.** Кто такие молодые чабаны? В Тыве с 2016 г. в отрасли сельского хозяйства реализуются социальные программы. По официальным данным Правительства республики, в процесс реализации государственной программы «Кыштаг — (Зимовье) для молодой семьи» привлекаются молодые люди в возрасте на дату их выбора на сходе граждан сельского поселения не старше 35 лет, состоящие в зарегистрированном браке и имеющие одного или более детей, в том числе усыновленных, постоянно проживающие в сельской местности, зарегистрированные по месту пребывания в соответствии с законодательством Российской Федерации, один из которых не имеет постоянного источника доходов. Согласно требованию программы, народ голосует за молодых чабанов, и они проходят все процедуры регистрации: один из супругов осуществляет государственную регистрацию в качестве индивидуального предпринимателя — главы крестьянского (фермерского) хозяйства; проходит краткосрочные курсы обучения и ведения фермерского хозяйства

в образовательных организациях республики; оформляет получение субсидии в банке на сумму 900 тыс. рублей для приобретения 200 голов и древесины на строительство чабанской стоянки.

Это адаптированная программа для привязки к Федеральной программе «Начинающий фермер». В 2016 г. было заключено 105 договоров на поставку овец. В районах (кожууннах) созданы комиссии по отбору и биркованию овцематок, в которые входят главные зоотехники, ветеринарные врачи, работники администраций сел, участники проекта и поставщики сельхозживотных. Ведется работа по отбору скота с соблюдением всех ветеринарно-санитарных правил. Всего была передана 21 000 голов овец, определены 57 поставщиков: это местные чабаны-тысячники, которые имеют племенное хозяйство и социальный статус как члены СПК или КФХ.

Шефскую помощь участникам проекта оказывают социальные институты государственной и негосударственной сфер: Администрация Главы Республики Тыва и Аппарат Правительства РТ, Минсвязи, Минмолодежи и спорта, Минфин, Минэкономики, Минюст, Минсельхозпрод, Минкультуры, Минздрав, Служба по ветнадзору, Служба по охране памятников, Счетная палата, работники бюджетных учреждений муниципалитетов и др. Всего к строительным работам привлекалось около 700 человек. Это родственники участников и жители сел. Общее количество молодежи до 35 лет, участвующей в строительстве стоянок — 335 человек, из них неработающих — 274 [В Туве началась передача..., 2019].

Экономический эффект данной социальной программы прогнозировался в сторону увеличения положительных тенденций на рынке труда. Например, в 2015 г. действовало 1100 крестьянских (фермерских) хозяйств, их число увеличилось в год на 106 единиц, а к 2020 г. планируется увеличение числа КФХ до 1524. Обеспечение рабочими местами сельского населения с 2016 до 2020 гг. составит от 212 до 800 человек. поголовье овец по программе с 21,2 тыс. голов, уже переданных участникам «молодым чабанам» в 2016 г., выросло до 47,7 тыс. голов в 2018 г. (это рост почти 2,5 раза). В перспективе к 2020 г. ожидают увеличение до 95 тыс. голов, и к 2022 г. увеличение поголовья овец в рамках социальной программы «Кыштаг для молодой семьи» предполагается до 138 тыс. голов (это почти в шесть раз). Предусмотрены возможные риски при реализации программы, такие как падеж от основного приплода до 3%, самопотребление 30 голов в год (Новый год, национальный праздник «Шагаа», 8 Марта, праздник ребенка «Хылбык

дой», очистка кизяка, купка овец, кормозаготовка, подготовка к школе ребенка, национальный праздник «Наадым», кыштаглаашкын «Зимовка» и т. д.). В итоге в 2018 г. в обязанность первых молодых чабанов входила передача 200 голов овец следующим участникам проекта «молодой чабан» по социальной программе «Кыштаг — для молодой семьи». Потери участники возмещали за счет приплода предыдущего года.

Итак, развитие животноводческой отрасли Тывы в целях поддержки и развития занятости населения в возрасте до 35 лет (семей) демонстрирует положительную динамику в социально-экономическом и трудовом пространстве общества. Однако подготовка кадров по европейским стандартам, повышение образовательного уровня, обеспечение социальных гарантий, увеличение дохода, к сожалению, реализуются недостаточно быстро. С одной стороны, территория Тывы не густо заселена, и поэтому большое влияние оказывает наличие естественных пастбищ, с которых чабаны-тысячники получают дешевые корма. Зимняя пастьба позволяет значительно снизить затраты на заготовку кормов и содержание овец. Овцеводство, в отличие от других отраслей животноводства, является самой трудоемкой и капиталоемкой отраслью. Большинство чабанов-тысячников не имеют высшего образования. С другой стороны, молодые чабаны, признанные народом, получившие доверие государственных структур, могут иметь среднее и высшее образование. Они, согласно положению социальной программы, пройдя оформление как индивидуальный предприниматель, несут ответственность и становятся самозанятыми формального сектора экономики.

В статусе члена ЛПХ и КФХ есть определенные ограничения для расширения своего домашнего бизнеса, и каждый работник может и не стремиться выйти за рамки этих ограничений [ЛПХ — что это такое..., 2019].

Таким образом, специфические особенности в социальном процессе Тувы — поддержка государством самозанятых в социально-трудовом пространстве. Тем самым самозанятые (чабаны-тысячники, молодые чабаны) в регионе не находятся в «тени», а легализованы и платят налоги. В рыночном преобразовании республики чабаны-тысячники и молодые чабаны — это традиционный специфический слой людей, которые самостоятельно занимаются личным подсобным хозяйством (ЛПХ). Позже, с увеличением поголовья мелкого рогатого скота, из ЛПХ возможен переход в КФХ. Чабаны-тысячники в какой-то мере являются старшими наставниками в социальном пространстве рынке труда и занятости и на общественных началах помогают государству формировать новый

социальный слой молодого чабана. Эти трансформации происходят в современном социальном пространстве региона и ведут к изменениям в социально-профессиональной структуре Тувы.

### Список литературы

1. В Туве началась передача 200 овцематок участникам проекта «Кыштаг для молодой семьи» // Официальный портал Республики Тыва. URL: [http://gov.tuva.ru/press\\_center/news/agriculture/3869/](http://gov.tuva.ru/press_center/news/agriculture/3869/) (дата обращения 04.03.2019).
2. Голенкова З. Т., Голиусова Ю. В. Прекариат как новое явление в современной социальной структуре // Наемный работник в современной России / отв.ред. З. Т. Голенкова. М. : Новый Хронограф, 2015. С. 121—138. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=3830> (дата обращения 22.02.2019).
3. Глава Тывы объяснил бедность региона особенностями методики Росстата // Известия. 14.02.2019. URL: <https://iz.ru/845762/2019-02-14/glava-tyvy-obiasnil-bednost-regiona-osobennostiami-metodiki-rosstat> (дата обращения 02.03.2019).
4. ЛПХ — что это такое, размер земельного участка, назначение деятельности и необходимые разрешительные документы URL: <https://sovets.net/16602-lph-chto-eto-takoe.html> (дата обращения 04.03.2019).
5. Постановление Правительства Республики Тыва от 05.06.2017 № 253. URL: <https://www.lawmix.ru/zakonodatelstvo/2679946> (дата обращения 02.03.2019).
6. Статистический ежегодник Республики Тыва 2018. URL: [http://krasstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/krasstat/ru/publications/pubTuv/official\\_publications/electronic\\_versions/](http://krasstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krasstat/ru/publications/pubTuv/official_publications/electronic_versions/) (дата обращения 05.02.2019 г.).
7. Социальное пространство российских регионов : монография / З. Т. Голенкова и др. ; отв. ред. З. Т. Голенкова ; Институт социологии РАН. М. : ИС РАН, 2017. 193 с. (01.03.2019).
8. Справочник кодов общероссийских классификаторов. URL: <https://classinform.ru/vacancies.html> (дата обращения 02.03.2019).
9. Юридический эксперт. URL: <https://urexpert.online/nedvizhimost/zemelnyj-uchastok/kategorii/vri/lph-i-kfh.html> (дата обращения 05.03.2019).

**М. М. Старикова**

## **ЖИЛИЩНЫЕ ОТНОШЕНИЯ И ПОЗИЦИИ ГОРОЖАН В СИСТЕМЕ ЖИЛИЩНОГО НЕРАВЕНСТВА (НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНАЛЬНОГО И РАЙОННЫХ ГОРОДОВ КИРОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

*СТАРИКОВА Мария Михайловна — кандидат социологических наук, доцент, ФГБОУ ВО «ВятГУ», Киров, Россия*

*E-MAIL: maria\_kuzmina82@mail.ru*

**Аннотация.** В статье исследуются жилищные условия и жилищные отношения как маркер стратификации населения в городах. Эмпирической базой исследования послужили результаты полужформализованного опроса горожан и экспертные интервью с риелторами, проведенные летом 2018 г. в трех городах Кировской области: Кирове, Вятских Полянах и Кирово-Чепецке. С учетом операционализации понятия жилищной стратификации были выявлены представления населения о своем жилищном статусе, жилищные отношения респондентов, сопряженность жилищного и социально-экономического положения горожан. Проведен сравнительный анализ обладания собственностью и ее характеристик, стратегий улучшения жилищных условий, жилищной мобильности жителей трех городов. В региональном центре более интенсивно идет жилищное строительство и обустройство, выше жилищная и социальная активность горожан, районные города отличаются низкоэтажным типом жилищной застройки, развитием частного домовладения, более консервативными практиками и стратегиями жилищного обустройства. Сделан вывод об отсутствии сегрегации в пределах микрорайонов между жилищными классами, территориальные границы распределения классов пока достаточно размыты.

**Ключевые слова:** Жилье, жилищное неравенство, стратификация, жилищные отношения, региональный город, малый город

**Благодарность.** Статья публикуется при поддержке Российского фонда фундаментальных исследований, грант № 18-011-00627 «Особенности жилищного неравенства в современных российских городах».

Жилищное неравенство уже не раз становилось предметом социологического обсуждения. Становление рыночных отношений в России потребовало поиска и разработки новых методологических подходов для исследования проблем жилищной сферы. В работах О. Э. Бессоновой [Бессонова, 2011], Т. Ю. Овсянниковой, О. В. Котовой [Овсянникова, Котова, 2004], Н. Е. Тихоновой, А. М. Акатновой, Н. Н. Седовой [Тихонова, Акатнова, Седова, 2007], А. И. Черных [Черных, 1995] и других авторов обосновываются экономические и социальные проблемы развития жилищного фонда в рыночной экономике, анализируется воздействие жилищной реформы на образ и стиль жизни людей, социальную стратификацию. Обращаясь к жилищному облику Сыктывкара, П. П. Кротов с соавторами попытались показать в ландшафте зданий и квартир закономерности распределения в них людей в зависимости от принадлежности к экономическим, социально-демографическим, этническим группам. «Таким образом, субъективная оценка жилищных условий складывается от осознания жильцами статуса их жилищного класса в иерархии и от возможностей продвижения по ступеням иерархической лестницы жилищных классов» [Кротов, Буравой, Лыткина, 2003].

Представляется актуальным дальнейшее исследование происходящих изменений жилищных условий и моделирование карты жилищной стратификации.

Для разработки операциональной модели исследования жилищной стратификации нами были объединены объективные и субъективные критерии и детерминанты жилищного неравенства, которое как многомерное понятие можно рассматривать как с объектной позиции через иерархию жилья, так и с субъектной через иерархию жильцов [Старикова, 2018: 74].

На основе этих методологических подходов строилось исследование, проведенное в Кировской области в 2018 г.

Нас интересовали вопросы: происходит ли в региональном и районных городах поляризация по жилищным условиям, как горожане оценивают свой жилищный статус, какие жилищные отношения населения складываются в городах? Эмпирической базой исследования послужили результаты полужформализованного квартирного опроса горожан и экспертные интервью с риелторами, проведенные летом 2018 г. в трех городах Кировской области: Кирове, Вятских Полянах и Кирово-Чепецке. Общая выборка респондентов составила 923 человека. Использовалась маршрутизированная квотная выборка с соблюдением пропорций ре-

спондентов по полу и возрасту в соответствии с данными статистики. Также учитывались год постройки домов и материал стен.

По результатам исследования, 53 % горожан в Кирове и Вятских Полянах и 42 % в Кирово-Чепецке относятся к базовому классу (верхней границе низшего класса, доход на члена семьи — 2,5—3 прожиточных минимума. Треть населения живут на грани или за гранью бедности. В Кирово-Чепецке, моногороде, образованном вокруг химкомбината, ярче выражена поляризация доходов — 40 % остро нуждаются, а 17 % имеют уровень потребления среднего класса. При этом 40 % жителей Кирова и 32 %-35 % жителей районных городов имеют кредиты, что еще больше затрудняет решение жилищного вопроса. Таким образом, экономические ресурсы для улучшения жилищных условий имеют немногие, и хорошее жилье уходит в разряд отложенных потребностей. 26 % кировчан, 22 % жителей Кирово-Чепецка и всего 11 % жителей Вятских Полян не понаслышке знакомы с ипотечным кредитованием.

Чтобы понять, какие достоинства есть в жилье горожан, мы поинтересовались, чем они могли бы «kozyрнуть» в случае его продажи. Как выяснилось, «kozyрей» больше у жителей регионального центра, что свидетельствует о более высоком уровне жилья и капиталовложений в него (таблица 1).

**Таблица 1. Если бы Вам пришлось продавать Ваше жилье, какие его достоинства Вы бы указали? (% от опрошенных, N = 923)**

Варианты ответов	Вятские Поляны (N = 194)	Кирово-Чепецк (N = 188)	Киров (N = 541)
Большая общая площадь	26,9	26,0	<b>33,6</b>
Большая площадь кухни	18,3	<b>26,6</b>	<b>27,2</b>
Отличная сантехника	17,7	15,8	24,9
Отличный ремонт	24,0	23,7	28,1
Удобное и функциональное пространство внутри квартиры/ дома	14,9	20,9	<b>34,7</b>
Большой балкон/ лоджия	14,9	<b>27,7</b>	21,7
Отличный ремонт в санузле	10,9	11,9	<b>21,7</b>
Теплый пол	6,3	14,7	14,9
Наличие кондиционера	<b>1,1</b>	<b>2,3</b>	<b>2,3</b>

<b>Варианты ответов</b>	<b>Вятские Поляны (N = 194)</b>	<b>Кирово-Чепецк (N = 188)</b>	<b>Киров (N = 541)</b>
Удобное расположение квартиры в доме	26,9	26,0	<b>34,0</b>
Новые радиаторы отопления	6,3	3,4	12,3
Отличный вид из окна	21,7	24,9	30,8
Другое	36,0	20,3	27,5
<b>Итого</b>	<b>225,7</b>	<b>244,1</b>	<b>313,6</b>

Среди «других» вариантов чаще всего указывали этаж, достоинства инфраструктуры, новые окна, тепло и уют. Очень часто (у 5 %–10% респондентов) встречалась фраза «спокойный район», что говорит об усталости от городского шума. Спецификой Кирова является «редкое отключение воды» как достоинство жилья.

Насколько активны горожане, можно судить и по их планам на будущее. Наиболее популярные сценарии обустройства — реновация имеющегося жилья изнутри перепланировкой и ремонтом. Каждый четвертый респондент во всех городах планирует использовать свои накопления, чтобы обменять жилье с доплатой. Однако есть и специфические черты. Так, каждый восьмой житель Вятских Полян надеется, что вскоре получит жилье в наследство (хотя статистика смертности в городах значимо не различается), жители Кирово-Чепецка в два раза чаще строят планы на жилье от потенциального супруга. Однако треть жителей вовсе не строят никаких жилищных планов, поскольку их осуществление кажется недоступным.

Одним из показателей является инициативность и готовность к мобильности. По этому параметру можно выстроить несколько шкал и направлений мобильности. Мы поинтересовались, насколько респонденты привязаны к своему дому и микрорайону. Подтвердились известные социальные закономерности: размер города понижает привязанность к месту жительства: треть кировчан заявили, что с легкостью сменят и дом и район, тогда как среди жителей малых городов такая позиция характерна лишь для четверти населения. Крепко «сросшихся» со своим домом 35 %-37 % в малых городах и 31 % — в Кирове. Остальные готовы переехать, если потребуют обстоятельства. Наиболее тяжело соглашались на смену жилья люди в возрасте.

Помимо характеристик самого жилья нас интересовали и отношения между соседями, поскольку решение многих проблем дома зависит от коллективной позиции и активности жильцов в целом. В районных городах поддерживающих отношения значимо больше, в Кирове не поддерживает отношения с соседями по подъезду треть, а в Кирово-Чепецке и Вятских Полянах — лишь 10—15 % жильцов. Хорошие знакомые среди соседей есть у 63 % жителей Вятских Полян и только у 51 % жителей Кирова и Кирово-Чепецка. В Вятских Полянах треть города представляет собой одноэтажную частную застройку, что, возможно влияет на желание «дружить домами».

В целом лишь примерно треть горожан можно считать субъектными в вопросах выстраивания рациональных взаимодействий и готовых коллективно отстаивать общие интересы.

Также респондентам было предложено нарисовать ассоциативный образ своих соседей, для чего необходимо было выбрать из пар антонимов более близкую образу характеристику (шкала Ч. Осгуда). Получились несколько различающиеся по городам портреты: в Вятских Полянах доминируют такие черты, как «общительные, воспитанные, открытые для контактов, порядочные, чистоплотные, ответственные». Из негативных черт часто выбирали характеристики «бедные, пассивные». Нейтральные оценки получили пары «добрые — злые», «умные — глупые». Среди жителей Кирово-Чепецка еще ярче выражены положительные черты соседей: «общительные, воспитанные, добрые, мягкие, открытые для контактов, умные, порядочные, чистоплотные, ответственные». В негативные также ушли характеристики «бедные и пассивные». У жителей регионального центра несколько иное видение соседей. Они чаще респондентов из глубинки называли такие недостатки, как «необщительные, закрытые для контактов, безответственные, пассивные», что отражает общий характер социальных отношений в городе. Хотя в целом в портрете соседей преобладают позитивные характеристики.

Сравнение ситуации в трех городах Кировской области показало, что жители регионального центра обладают большими ресурсами для жилищного развития, чем население районных городов, от готовности использовать различные виды кредитования до реальных практик ремонта и жилищного расширения. Однако более тесные и доверительные жилищные отношения встречаются в малых городах, где еще сохранились элементы общинных устоев в терминах Ф. Тенниса. Среди основной массы горожан доминируют «самосохранительные» стратегии, микро-

финансовые жилищные инвестиции, что коррелирует с экономическим положением населения и состоянием жилищного фонда. В региональном центре более интенсивно идет жилищное строительство и обустройство, выше жилищная и социальная активность горожан, районные города отличаются низкоэтажным типом жилищной застройки, развитием частного домовладения, более консервативными практиками и стратегиями жилищного обустройства. В настоящий момент отсутствует сегрегация в пределах микрорайонов между жилищными классами, территориальные границы распределения классов пока достаточно размыты. Для эффективной социально-экономической политики необходима регулярная диагностика структуры и динамики формирования жилищных классов, мониторинг жилищного облика городов разного масштаба, работа с негативными последствиями депривации «жилищных» благ.

### **Список литературы**

1. Бессонова О. Э. Жилищный раздаток и модернизация России. М. : Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН). 2011. 142 с.
2. Кротов П. П., Буравой М, Лыткина Т. С. Жилищная стратификация города: рыночная эволюция советской модели. Сыктывкар : Коми научный центр УрО Российской АН. 2003. 99 с.
3. Овсянникова Т. Ю., Котова О. В. Жилище в системе личных и общественных ценностей // Вестник ТГАСУ. 2004. № 1. С. 241—251.
4. Старикова М. М. Жилищное неравенство в регионе (на примере трех городов Кировской области) // Социодинамика. 2018. № 12. С. 78—105. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=28369](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=28369).
5. Тихонова Н. Е., Акатнова А. М., Седова Н. Н. Жилищная обеспеченность и жилищная политика в современной России // Социологические исследования. 2007. № 1. С. 71—81.
6. Черных А. И. Жилищный передел // Социологические исследования. 1995. № 10. С. 71—78.

**IX-я международная социологическая  
Грушинская конференция**

**«Социальная инженерия:  
как социология меняет мир»**

**20—21 марта 2019 г.**

*Материалы конференции*

**Редактор**

А. Н. Кокарева

**Дизайн и верстка**

А. О. Соляев

105064 Москва, Болотная набережная, дом 7, стр. 1.  
Тел.: +7 495 748-08-07 nnsedova@wciom.com www.wciom.ru

При перепечатке материалов ссылка обязательна