МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Том 15, № 2 **Апрель – июнь 2021**

ИЗВЕСТИЯ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

СОЦИОЛОГИЯ. ЭКОНОМИКА. ПОЛИТИКА

Издается Тюменским индустриальным университетом с 2002 г.
Журнал «Региональные социальные процессы» сменил название на
«Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика» в 2008 г.

**Свидетельство о регистрации СМИ ПИ № ФС 77–39119
выдано 11 марта 2010 года Федеральной службой по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций**

Учредитель журнала
Тюменский индустриальный университет

Соучредители журнала
Институт социально-политических исследований РАН
Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН
Российский университет дружбы народов

Аккредитован международным агентством научных журналов «Cabell» (США)

Главный редактор М. Л. Белоножко

Редакционная коллегия
Алексеенко А. Н., Барбаков О. М., Батырова Н. Т., Гаврилюк В. В., Гасанов Э. Л., Генин В., Голенкова З. Т., Данилов А. Н., Докторов Б. З., Енгоян А. П., Енсенов К. А., Зборовский Г. Е., Ильиных С. А., Левашов В. К., Максимова С. Г., Мартынов М. Ю., Нагымжанова К. М., Нарбут Н. П., Пленкина В. В., Рой О. М., Сартбекова Н. К., Силин А. Н., Тараданов А. А., Укубасова Г. С., Хайруллина Н. Г. (зам. гл. редактора), Янчаркова Ю.

Редактор — А. С. Коленникова
Оператор электронной верстки, редактор — Н. В. Шуваева
Адрес редакции: 625000, Россия, г. Тюмень, ул. Киевская, 52, офис 306
Тел./факс: 8 (3452) 28–30–76, http://www.sep-tyuiu.ru
E-mail: belonozhkoml@tyuiu.ru

**Включен в перечень ВАК Министерства науки и высшего образования РФ
ведущих рецензируемых научных журналов и изданий**

ISSN 1993–1824

© Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тюменский индустриальный университет», 2021

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION
OF THE RUSSIAN FEDERATION

Vol. 15, No. 2 **April – June 2021**

PROCEEDINGS OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

SOCIOLOGY. ECONOMICS. POLITICS

Published by Industrial University of Tyumen, Since 2002
In 2008 the Journal "Regional Social Processes" changed the title to "Proceedings of higher educational institutions. Sociology. Economics. Politics"

Registration Certificate of Mass Communication Media PI № FS 77–39119
Issued in March 11, 2010 the Federal Service for Supervision of Communications, Information Technology and Communications

Founder
Industrial University of Tyumen

Co-Founders
Institute of Social and Political Research of the Russian Academy of Sciences Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences
Peoples' Friendship University of Russia

Accredited by "Cabell", the international publishing directory of journals for professors and researchers (U.S.A.)

Editor-in-Chief M. L. Belonozhko

Editorial Board
Alekseyenko A. N., Barbakov O. M., Batyrova N. T., Gavriliuk V. V., Hasanov E. L., Genin V., Golenkova Z. T., Danilov A. N., Doctorov B. Z., Engoyan A. P., Yensenov K. A., Zborovsky G. E., Zvonnikov V. I., Iljinyh S. A., Levashov V. K., Maximova S. G., Martynov M. U., Nagymzhanova K. M. Narbut N. P., Plenkina V. V., Roy O. M., Sartbekova N. K., Silin A. N., Taradanov A. A., Ukubasova G. S. Khairullina N. G. (Deputy Editor-in-Chief), Jančárková Ju.

Editor — A. S. Kolennikova
Computer design, editor — N. V. Shuvaeva
Address: 625000, Russia, Tyumen, Kievskaya St., 52, office 306
Telephone/Fax: 8 (3452) 28–30–76, http://www.sep-tyuiu.ru/
E-mail: belonozhkoml@tyuiu.ru

Included in the RF Ministry of Science and Higher Education SAC List of leading reviewed scientific journals and publications

ISSN 1993–1824

© Federal State Budget Educational Institution of Higher Education "Industrial University of Tyumen", 2021

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Главный редактор Белоножко Марина Львовна
д. с. н., профессор, зав. кафедрой маркетинга и муниципального управления Тюменского индустриального университета

Зам. гл. редактора Хайруллина Нурсафа Гафуровна
д. с. н., профессор кафедры маркетинга и муниципального управления Тюменского индустриального университета

Алексеенко Александр Николаевич
д. ист. н., профессор, директор НИЦ «Алтайтану» Восточно-Казахстанского государственного университета им. Сарсена Аманжалова (Казахстан)

Барбаков Олег Михайлович
д. с. н., профессор, зав. кафедрой бизнес-информатики и математики Тюменского индустриального университета

Батырова Назыгуль Турсынхановна
к. э. н., доцент программы «Государственное управление и региональное развитие» в Высшей школе «Государственного управления и экономики», Международном казахско-турецком университете имени Ходжа Ахмеда Ясави

Гаврилюк Вера Владимировна
д. с. н., профессор, консультант кафедры маркетинга и муниципального управления Тюменского индустриального университета

Гасанов Эльнур Лятиф оглу
PhD (доктор философии по истории), главный специалист Гянджинского отделения НАН Азербайджана

Генин Влад
PhD, глава факультета бизнеса и информационных технологий университета Феникса, Кампус в мегаполисе Сан-Франциско, Силиконовая долина (США)

Голенкова Зинаида Тихоновна
д. ф. н., профессор, руководитель Научно-образовательного центра, руководитель Центра исследования социальной структуры и социального расслоения Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН

Данилов Александр Николаевич
д. с. н., профессор, зав. кафедрой социологии Белорусского государственного университета (Белоруссия)

Докторов Борис Зусманович
д. ф. н., профессор, независимый аналитик и консультант, ассоциированный сотрудник Социологического института РАН в Санкт-Петербурге

Енгоян Ашот Пайлакович
д. полит. н., зав. кафедрой теории и истории политической науки Ереванского государственного университета (Армения)

Енсенов Канат Алексеевич
к. ист. н., ведущий научный сотрудник Института истории Государственного комитета по науке Министерства образования и науки Республики Казахстан

Зборовский Гарольд Ефимович
д. ф. н., профессор кафедры социологии и технологий государственного и муниципального управления Уральского федерального университета им. первого Президента России Б. Н. Ельцина

Ильиных Светлана Анатольевна
д. с. н., профессор, зав. кафедрой социологии Новосибирского государственного университета экономики и управления

Левашов Виктор Константинович
д. с. н., профессор, руководитель отдела стратегических социальных и социально-политических исследований Института социально-политических исследований РАН

Максимова Светлана Геннадьевна
д. с. н., профессор, зав. кафедрой психологии коммуникаций и психотехнологий Алтайского государственного университета

Мартынов Михаил Юрьевич
д. полит. н., профессор, зав. лабораторией социологических и правовых исследований Сургутского государственного университета

Нагымжанова Каракат Мукашовна
д. пед. н., доцент, заведующая кафедрой педагогики и психологии университета Туран

Нарбут Николай Петрович
д. с. н., профессор, зав. кафедрой социологии Российского государственного университета дружбы народов

Пленкина Вера Владимировна
д. э. н., профессор, зав. кафедрой менеджмента в отраслях топливно-энергетического комплекса Тюменского индустриального университета

Рой Олег Михайлович
д. с. н., профессор, зав. кафедрой региональной экономики и управления территориями Омского государственного университета им. Ф. М. Достоевского

Сартбекова Нуржан Коодоевна
д. пед. н., доцент, заведующая кафедрой философии, межкультурной коммуникации и психологии Международного университета инновационных технологий

Силин Анатолий Николаевич
д. с. н., профессор, главный научный сотрудник кафедры маркетинга и муниципального управления Тюменского индустриального университета

Тараданов Александр Ардалионович
д. с. н., профессор кафедры социальной работы и социологии
Челябинского государственного университета

Укубасова Галия Сагандыковна
Доктор (PhD) экономики и бизнеса, к. э. н., Казахский университет экономики, финансов и международной торговли, ученый секретарь

Янчаркова Юлие
PhD, научный сотрудник Славянского института Академии наук Чехии (Чехия)

EDITORIAL BOARD

Editor-in-Chief Belonozhko Marina Lvovna
Doctor of Sociological Sciences, Professor, Chair of the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen

Deputy Editor-in-Chief Khairullina Nursafa Gafurovna
Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen

Alekseenko Aleksander Nikolayevich
Doctor of History, Professor, Director of NITS(SIC) "Altaytanu", East Kazakhstan State University named after Sarsen Amanzholov

Barbakov Oleg Mikhaylovich
Doctor of Sociological Sciences, Professor, Chair of the Department of Business Informatics and Mathematics, Industrial University of Tyumen

Batyrova Nazygul Tursynkhanovna
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Program "Public Administration and Regional Development" at the Higher School of Public Administration and Economics, the International Kazakh-Turkish University named after Khoja Ahmed Yasawi

Gavriliuk Vera Vladimirovna
Doctor of Sociological Sciences, Professor, Scientific Consultant of the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen

Hasanov Elnur Latif oglu
PhD in History, Senior Specialist of Ganja Branch of Azerbaijan National Academy of Sciences

Genin Vlad
PhD, Chair, School of Business and IT University of Phoenix, Bay Area Campus (San Francisco Silicon Valley Metropolitan Area) (USA)

Golenkova Zinaida Tikhonovna
Doctor of Philosophy, Professor, Head of Scientific and Educational Center, Head of the Center for Researches of Social Structure and Social stratification, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences

Danilov Alexander Nikolayevich
Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Sociology Department, the Faculty of Philosophy and Social Sciences, Belarus State University (Belarus)

Doctorov Boris Zusmanovich
PhD (in Philosophy), Professor, Independent Analyst and Consultant, Associate Researcher at the Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences, Saint-Petersburg

Engoyan Ashot Paylakovich
Doctor of Political Sciences, Professor, Head of Department of Theory and History of Political Science, Yerevan State University

Yensenov Kanat Alekseevich
Candidate of Historical Sciences, Leading Researcher at the Institute of History of the State Committee for Science of the Ministry of Education and Science of the Republic of Kazakhstan

Zborovsky Garold Efimovich
Doctor of Philosophy, Professor of the Department of Sociology and Technologies of Public and Municipal Administration, Ural Federal University named after the first President of Russia B. N. Yeltsin

Iljinyh Svetlana Anatolyevna
Doctor of Sociological Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Sociology, Novosibirsk State University of Economics and Management

Levashov Viktor Konstantinovich
Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Analytical Center for Strategic Socio-Political Research, of the Institute of Socio-Political Researches of the Russian Academy of Sciences

Maximova Svetlana Gennadjevna
Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of Psychology of Communication and Psychotechnologies, Altai State University

Martynov Mikhail Yurievich
Doctor of Political Sciences, Professor, Head of the Laboratory of Sociological and Legal Researches, Surgut State University

Nagymzhanova Karakat Mukashovna
Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Pedagogy and Psychology, "Turan-Astana" University

Narbut Nikolai Petrovich
Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of Sociology, Peoples' Friendship University of Russia

Plenkina Vera Vladimirovna
Doctor of Economic Sciences, Head of Department of Management in Branches of Fuel and Energy Complex, Industrial University of Tyumen

Roy Oleg Mikhailovich
Doctor of Sociological Sciences, Professor, Chair of the Department of Regional Economy and Management of Territories, Omsk State University named after F. M. Dostoevsky

Sartbekova Nurzhan Koodoevna
Doctor of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Philosophy, Intercultural Communication and Psychology, International University of Innovative Technologies

Silin Anatoliy Nikolaevich
Doctor of Sociological Sciences, Professor, Chief Researcher of the Department of Marketing and Municipal Management, Industrial University of Tyumen

Taradanov Aleksandr Ardalionovich
Doctor of Sociological Sciences, Professor of the Chair of Social Work and Sociology, Chelyabinsk State University

Ukubasova Galia Sagandykovna
Doctor (PhD) of Economics and Business, PhD in Economics, Kazakh University of Economics, Finance and International Trade, Scientific Secretary

Jančárková Julie
PhD, Researcher of the Slavic Institute of the Academy of Sciences of the Czech Republic (the Czech Republic)

СОДЕРЖАНИЕ

Демерле Е. Б.
Особенности сегментирования потребителей с позиции эмотивного маркетинга: социальный аспект **9**

Ильин А. Н.
Русофобия Запада: сущность и причины **19**

Лаукарт-Горбачева О. В., Максимова О. А.
Социальные аспекты трудоустройства и социально-трудовой адаптации выпускников вузов с ограниченными возможностями здоровья **34**

Лихтенштейн Б. М., Данилов О. Ф., Костырева Д. А.
Умный город, власть и население: субъектно-объектные взаимодействия **49**

Омелаенко Н. В.
Регулирование межэтнических конфликтов: аналитический обзор **70**

Павлова Л. Л., Барбаков О. М.
Качество жизни человека в регионе под влиянием процессов цифровизации: программы реализации, оценка **86**

Хайруллина Н. Г.
Трудовое поведение в оценках работников вертикально интегрированной нефтяной компании **102**

Шайхисламов Р. Б.
Родина в «Мы-концепции» молодого поколения **116**

ИНФОРМАЦИЯ **131**

CONTENTS

Demerle E. B.
Features of consumer segmentation from the point of view of emotive marketing: the social aspect 9

Il'in A. N.
Russophobia of the West: essence and reasons 19

Laukart-Gorbacheva O. V., Maksimova O. A.
Social aspects of employment and social and labor adaptation of graduates with physical condition 34

Likhtenshtein B. M., Danilov O. F., Kostyreva D. A.
Smart city, executive power and population: ecosystem interactions 49

Omelaenko N. V.
Interethnic conflicts management: an analytical review 70

Pavlova L. L., Barbakov O. M.
The quality of human life in the region under the influence of digitalization processes: implementation programs, assessment 86

Khairullina N. G.
Labor behavior in employee evaluations of a vertically integrated oil company 102

Shaikhislamov R. B.
Homeland in the We-concept of the young generation 116

INFORMATION 131

DOI: 10.31660/1993-1824-2021-2-9-18

УДК 366.02

Особенности сегментирования потребителей с позиции эмотивного маркетинга: социальный аспект

Екатерина Борисовна Демерле

Кафедра маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия

Аннотация. Статья посвящена анализу формирования инновационной модели взаимодействия товаропроизводителей и потребителей/благополучателей, которая получила название эмотивного маркетинга. Данное направление научных изысканий основывается на утверждении о том, что маркетинг XXI века базируется на эмоционально-чувственной составляющей взаимодействия человека с окружающей средой, то есть основная цель любого человека — получение удовольствия через положительные эмоции. Современные маркетологи должны учитывать данную концепцию в своей практической деятельности, в том числе определяя основные сегменты благополучателей, выявляя их потребительскую мотивацию. В статье отмечены основные этапы сегментирования, начиная от проведения маркетинговых исследований и заканчивая формированием карты удовлетворения потребностей благополучателей. В подтверждение основных положений приводятся основные составляющие социальной удовлетворенности современных потребителей, которые необходимо учитывать при формировании эффективной маркетинговой стратегии.

Ключевые слова: эмотивный маркетинг, потребители, благополучатели, мотивация, целевая аудитория, маркетинговая стратегия, сегментирование, социальная удовлетворенность.

Features of consumer segmentation from the point of view of emotive marketing: the social aspect

Ekaterina B. Demerle

Department of Marketing and Government Administration, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russia

Abstract. The article is devoted to the analysis of formation of innovative model of interaction of commodity producers and consumers/beneficiaries; this model is called emotive marketing. This direction of scientific research is predicated on the statement that marketing of the XXI century is based on the emotional and sensual component of human interaction with the environment, that is, the main goal of any person is to get pleasure through positive emotions. Today marketers should consider this concept in their practical activities, including identifying the main segments of beneficiaries, identifying their consumer motivation. The article notes the main stages of segmentation, from conducting marketing research to the formation of a map of satisfaction of the needs of beneficiaries. The main

components of social satisfaction of modern consumers, which should be taken into account when forming an effective marketing strategy, are given in confirmation of the main provisions.

Keywords: emotive marketing, consumers, beneficiaries, motivation, target audience, marketing strategy, segmentation, social satisfaction.

Введение

Перед обществом XXI века стоят свои вызовы и задачи, которые во многом отличаются от целей предыдущих эпох. Сейчас у всех на слуху проблемы экологии, бережного природопользования, формирования адекватного отношения к себе, социуму, планете в целом. В контексте данного мировоззрения развивается и маркетинг, который постепенно переходит от агрессивно-навязчивого воздействия на потребителя к мягко подталкивающему взаимодействию с собственной целевой аудиторией. Помимо этого, маркетинговый анализ помогает выявить социальные аспекты взаимодействия личности и общества, взаимоотношения представителей различных социальных групп, основные мировоззренческие посылы текущего века.

В последнее время особую актуальность приобретает маркетинг, базирующийся на эмоциональной составляющей, на определении тех эмоций и настроений, которые сопровождают взаимодействие потребителя с тем или иным товаром/услугой/брендом.

Если затрагивать философские аспекты маркетинговых отношений, то можно с легкостью утверждать, что все мы стремимся к эмоциональному благополучию, гармонии и спокойствию, которые очень часто на бытовом уровне воспринимаются как хорошее самочувствие и хорошее настроение, сопровождаемые повышенным энергетическим зарядом [1–3].

Основной целью эмоционального/эмотивного маркетинга является формирование эмоциональной гармонии, эмоционального подъема и хорошего настроения у потребителей/клиентов определенных товаров/услуг/фирм. Здесь же можно дать определение понятию «эмотивность», которое заключается в «имманентном свойстве языка выражать психологические (эмоциональные) состояния и переживания человека» [4].

Таким образом, эмоциональность определяется как психологическая, а эмотивность в большей степени как лингвистическая категория, которая может распространяться на сферу маркетинговых коммуникаций. В. И. Шаховский утверждает, что «автор текста как носитель языка должен обладать эмотивной компетенцией, то есть способностью намеренно или интуитивно использовать систему художественных приемов (код) для организации разнообразных языковых и стилистических эмотивных средств с целью отображения в художественном тексте эмоциональной авторской картины мира» [5]. Взяв за основу эту мысль, можно предположить, что эмотивный маркетинг призван улавливать тонкости психологического настроя клиентов/потребителей и предлагать комплекс мероприятий, способствующий формированию позитивных эмоций и улучшению их настроения.

Материалы и методы

Согласно сформированной цели и определенному кругу задач, в работе были использованы как методы общенаучного характера (анализа и синтеза, системный, логико-формализованный, диалектический и др.), так и узконаучные подходы (сравнительно-исторический, формально-правовой). Например, диалектический метод позволил определить особенности, тенденции и перспективы развития научных исследований в сфере эмотивного маркетинга, выявить основные концептуальные подходы, значительно отличающие маркетинговые концепции XXI века от предыдущих исторических эпох, а метод анализа и синтеза позволил сгенерировать инновационную концепцию, опирающуюся на существующие научные разработки [6].

Концепция эмотивного маркетинга подразумевает четкое сегментирование целевой аудитории. Целевая аудитория — это та социально-демографическая прослойка, на которую должно быть направлено маркетинговое воздействие и которая, по мнению эмотивных маркетологов, сможет дать более адекватный затраченным усилиям ответ. То есть эта та группа благополучателей, кто будет являться активными приверженцами данного товара/услуги [7].

Сегментирование — деление всех благополучателей на группы согласно полу и возрасту, материальному и социальному положению, профессиональному статусу, активности потребления.

Маркетологи отмечают, что чем тщательнее проходит процесс сегментирования, чем более точно и грамотно описаны сегменты и ярче выявлен целевой сегмент, тем больше шансов сформировать ситуацию успеха товара/услуги на рынке [8; 9].

Прежде чем приступить к процессу сегментирования потребителей, необходимо провести маркетинговые исследования, которые реализуются посредством следующих методов:

- *опрос (анкетирование/интервьюирование*) — это наиболее часто встречающийся метод маркетинговых исследований, основанный на устном или письменном заполнении опросника по интересующим исследователя вопросам относительно товара, его товарных характеристик, стоимости, мест и мотивов покупки, особенностей получения рекламной информации [10];
- *фокус-группа* (организация групповой беседы с людьми, которые отвечают определенным социально-демографическим характеристикам, и выяснение их мнения относительно достоинств/недостатков данного товара, особенностей и мотивов его использования) — данный метод достаточно часто применяется в процессе формирования нового/обновленного товара, при определении лучшей маркетинговой/рекламной стратегии, в процессе изучения основных мотивов потребления [11; 12];
- *наблюдение* (отслеживание статистики посещения определенных сайтов в Интернете, статистики интернет-продаж различных групп товаров, сюда же относятся все механизмы бенчмаркинга, задействующие возможности создания электронных баз данных через карты постоянного клиента, при получении которых благополучатель заполняет небольшую анкету и оставляет свои данные) — один из наиболее быстро разви-

вающихся методов маркетинговых исследований, аккумулирующий почти полную информацию, необходимую для эмотивного маркетинга в режиме реального времени [13].

В процессе маркетинговых исследований, помимо информации относительно особенностей потребления того или иного товара или услуги, их положительных (выгодно отличающих от конкурентов) и отрицательных (формирующих более проигрышную позицию) сторон мы получаем информацию относительно половозрастных характеристик, социального положения, профессионального статуса исследуемой группы. Вся эта информация дает возможность структурировать благополучателей, ранжируя их по группам и формируя адресный подход к каждой группе в отдельности [14]. Это необходимо в первую очередь для того, чтобы определить их базовые мотивы потребления, а одним из основных ключевых моментов эмотивного маркетинга является определение базовых, психосоциальных потребностей, которые могут быть удовлетворены посредством той или иной товарной группы.

В статье приводятся результаты социологических исследований, определяющих базовые потребности тех или иных половозрастных категорий населения, которые были проведены на базе Тюменского индустриального университета в 2018–2019 гг. Первая фаза исследований включала анкетирование, с выборочной совокупностью 235 человек. Респондентами исследования стали представители разных возрастных групп. Исследование было анонимным и проводилось методом интернет-опроса.

Данные, полученные в результате исследования, дополнялись и полностью подтверждались данными, полученными фокус-групповым методом исследования студенческих групп, проводившихся в те же временные периоды. В процессе проведения фокус-групп было обследовано 7 групп студентов различных курсов, которые также отвечали на вопросы относительно потребительских мотиваций и особенностей покупательского поведения.

Таким образом, исследовательская база, которая лежит в основе теоретических изысканий эмотивного маркетинга, базируется на количественных и качественных исследованиях, гармонично дополняющих друг друга.

Результаты и обсуждения

Проведенное исследование позволило получить результаты, полностью подтверждающие концепции эмотивного маркетинга, в том числе утверждение о том, что сегментирование целевой аудитории должно осуществляться в первую очередь по социально-демографическим критериям (пол, возраст), которые обнажают основные потребности, соответствующие данной половозрастной категории и инструментам их удовлетворения (табл. 1.).

В ходе исследования респонденты разных половозрастных групп выявляли те потребности, которые формируют их основную мотивацию, в том числе и в процессе принятия решений о покупке или направленности их потребительских интересов. Если, например, для представителей младшей половозрастной группы (14–25 лет) основной потребностью будет потребность в самоутверждении и адаптации к референтной социальной группе, то для представителей старшей возрастной категории (60 лет и старше)

основной потребностью будут пересмотр жизненных целей и приоритетов, подведение итогов и формирование промежуточных выводов, которые точно так же влияют на их потребительское поведение.

Таблица 1

Потребностные характеристики основных половозрастных групп

	14–25 лет	*26–35 лет*	*36–59 лет*	*60 лет и старше*
МУЖЧИНЫ	Потребность в получении сексуального удовлетворения, попытки установления взаимоотношений с противоположным полом	Потребность осознания и формирования своего социально-профессионального, семейного статуса, признания своих достоинств в референтной группе	Потребность в определении промежуточных смыслов, своего места и роли в обществе. Пересмотр жизненных приоритетов и целей. Определение значимости карьеры в собственной иерархии жизненного успеха	Пересмотр жизненных приоритетов в сторону определения значимости своих собственных желаний и потребностей. Осознание ослабления энергетического ресурса, желание пережить еще раз юношеский расцвет
	Инструменты: желание влиться в общество и быть признанным в группе через выполнение родительских социальных программ	Инструменты: образование, интеллектуальная сноровка, предприимчивость, связи, лидерство	Инструменты: рефлексия, образование, опыт референтной социальной группы	Инструменты: рефлексия, релаксация, обретение гармонии с собой, занятие любимым делом
ЖЕНЩИНЫ	Желание нравиться противоположному полу, осознавать свою привлекательность	Потребность осознания и формирования своего социально-профессионального, семейного статуса, признания своих достоинств в референтной группе	Потребность в определении промежуточных смыслов, своего места и роли в обществе. Пересмотр жизненных приоритетов и целей. Определение значимости семейного статуса в собственной иерархии жизненного успеха	Пересмотр жизненных приоритетов в сторону определения значимости своих собственных желаний и потребностей. Осознание того, что социальная программа выполнена и можно приступать к выполнению собственной программы.
	Инструменты: желание влиться в общество и быть признанным в группе через выполнение родительских социальных программ	Инструменты: сексуальная привлекательность, женственность, образование, смекалка, формирование своей идентичности и неповторимости	Инструменты: рефлексия, образование, опыт референтной социальной группы	Инструменты: рефлексия, релаксация, обретение гармонии с собой, занятие тем, что приносит удовольствие

Согласно концепции эмотивного маркетинга, начинать работу по формированию маркетинговой стратегии (куда входит весь комплекс маркетинговых мероприятий: формирование товара, определение его стоимости, разработка упаковки, формирование логистической цепочки доставки до конечного потребителя, разработка программы по продвижению и т. д.) нужно с определения целевой аудитории и ее потребностей или того, что может принести ей удовольствие.

То есть основная задача эмотивного маркетолога — формирование и анализ карты удовлетворения потребностей целевого благополучателя, в зависимости от его половозрастных, социально-профессиональных, культурно-образовательных, статусно-материальных и иных характеристик.

Карта удовлетворения потребностей по половозрастным признакам будет выглядеть следующим образом (табл. 2).

Таблица 2

Карта удовлетворения потребностей в зависимости от половозрастных характеристик благополучателя

	14–25 лет	*26–35 лет*	*36–60 лет*	*60 лет и старше*
МУЖЧИНЫ	Секс, развлечения, тусовки, компьютерные игры, отношения, демонстрация своей самости, одобрение успехов в учебе, спорте со стороны родителей/взрослых	Признание своих достоинств через обретение профессионального статуса, повышение материального уровня, возможность удовлетворения своих желаний через путешествия, спорт, бизнес-амбиции, возможности быть представителем прогрессивной тусовки города	Возможность демонстрации профессиональных, семейных, материальных достижений, осознание пролонгации себя через детей и внуков, удовольствие от общения со своими близкими	Осознание своих истинных увлечений и удовольствия, которое они приносят: рыбалка, музыка, конструирование и т. д. Формирование своего мира, в котором внутреннее состояние проецирует внешние формы
ЖЕНЩИНЫ	Осознание своей внешней привлекательности, отношения, развлечения, признание своих достоинств со стороны референтной группы, одобрение успехов в учебе, спорте со стороны родителей/взрослых	Признание своих достоинств через обретение семейного, профессионального статуса, повышение материального уровня, возможность удовлетворения своих желаний через путешествия, формирование стильного внешнего облика, возможности быть представителем прогрессивной тусовки города	Возможность демонстрации профессиональных, семейных, материальных достижений, осознание пролонгации себя через детей и внуков, удовольствие от общения со своими близкими	Осознание своих истинных увлечений и удовольствия, которое они приносят: рукоделие, садоводство, декорирование дома и сада и т. д. Формирование своего мира, в котором внутреннее состояние проецирует внешние формы

Помимо этого, респонденты ответили на вопросы, проясняющие способы удовлетворения основных потребностей различных возрастных групп, которые также способствуют выявлению основных постулатов и концептуальных моментов теории эмотивного маркетинга. Так, карта удовлетворения потребностей различных целевых аудиторий выглядит достаточно разнообразно, что легко объяснимо возрастными и гендерными особенностями опрашиваемых. Младшие представители обоих гендерных групп (14–25 лет) отмечают необходимость удовлетворения своих потребностей через развлечения, тусовки, компьютерные игры, отношения, демонстрацию своей самости, одобрение успехов в учебе, спорте со стороны родителей/взрослых, в то время как для средней возрастной группы (36–60 лет) уже интересны возможность демонстрации профессиональных, семейных, материальных достижений, осознание пролонгации себя через детей и внуков, удовольствие от общения со своими близкими.

Таким образом, имея данную информацию в распоряжении, эмотивные маркетологи могут разработать маркетинговые программы формирования и продвижения товаров/услуг с учетом психологических, мотивационных и поведенческих особенностей тех или иных сегментов благополучателей.

Можно отметить, что половозрастной критерий благополучателей является одним из основных при сегментировании. Данный критерий обнажает генетически обусловленные потребности, которые являются общими для большой группы людей, объединенных по критерию возраста или пола. Генетически обусловленные потребности являются достаточно важным показателем, и эмотивные маркетологи должны хорошо разбираться в данном вопросе, умея предвидеть и анализировать тот пласт информации, который дает этот показатель.

Выводы

Половозрастной критерий сегментирования благополучателей в системе эмотивного маркетинга является основополагающим, но не несет в себе основную смысловую нагрузку. Помимо половозрастного, существует еще и социально-материальный показатель. Во все времена материальный достаток был основным критерием, обусловливающим социальный статус человека, то есть его положение в обществе. Самая простая стратификационная система определяет 3 основных социальных слоя, в зависимости от материального положения: высший, средний и низший.

Данное деление условно хоть и не имеет под собой четких материально-денежных градаций, но как бы там ни было, мы подразумеваем, что человек, занимающий высокую должность в системе государственного управления или основавший крупную бизнес-структуру, относится к высшему социальному слою, в то же самое время специалист в определенной области знаний, занимающийся умственным трудом, стабильно приносящим доход, будет отнесен к среднему звену, в то время как человек без определенной/или с очень невысокой квалификацией и без особых перспектив продвижения по служебной лестнице будет квалифицирован как представитель низшего социального слоя.

Еще раз можно отметить, что в XXI веке это деление достаточно условное, так как, живя в капиталистической системе, мы признаем, что индивидуально-должностной статус может заменяться семейным или клановым. То есть уровень материального достатка может определяться структурой наследственно-семейных отношений.

Помимо этого, большинство социологов отмечают, что даже если принять во внимание все преимущества, которые дает кланово-семейная структура, этот показатель в современном мире не является преобладающим и отходит на второй план, уступая место таким критериям, как уровень социального благополучия, который определяется через понятие социальной удовлетворенности, то есть через получение удовольствия от жизни/социального окружения/выполняемых рабочих обязанностей/семейного статуса.

Основной (осознанной или бессознательной) целью любого представителя современного общества будет достижение ситуации внутриличностной гармонии, которая достигается за счет степени удовлетворенности своими жизненными условиями, окружением и перспективами. А основной целью эмотивного маркетинга будет необходимость просчета тех компонентов и составляющих, которые будут составлять социальное благополучие определенных категорий населения (целевых групп).

Психологи утверждают, что человек черпает жизненную энергию из 1–2 эмоций, которые приносят ему максимальное удовольствие. Задача эмотивных маркетологов заключается в определении этих эмоций и потребностей, чтобы впоследствии сформировать эффективное взаимовыгодное взаимодействие и коммуникацию между благополучателем и товаропроизводителем. Тем более что современная экономическая система призывает снизить темпы потребления и перейти в более экологичные рамки потребления, направив фокус внимания на проблемы защиты и охраны окружающей среды.

Подводя итог, можно отметить, что основным ценностным запросом XXI века будет запрос на формирование индивидуальной, личностно-ориентированной концепции мировосприятия и определение своего места и роли в системе социально-экономических, социально-стратификационных взаимоотношений.

Помимо этого, социологи и социальные философы современности единогласно говорят о том, что мир после 2020 года (санитарно-эпидемиологического кризиса, связанного с распространением вируса COVID-19) не будет прежним, на авансцену выйдут другие ценностные постулаты и нормы жизнеустройства. Это напрямую коснется маркетинговых стратегий и программ, особенностей взаимоотношений между продавцом и покупателем, изменит модные тенденции, структуру потребления.

Предыдущая эпоха люксовых брендов, стилистических тенденций, направленных на эксклюзивность и дороговизну, канет в лету, уступив место унитарности, экономии и отказу от показной роскоши. Современные тренды в моде, стиле и образе жизни меняются сейчас, и специалисты по маркетинговым технологиям, которые сумеют их быстро уловить и внедрить в практику, будут основными законодателями мод в эпоху перемен. Можно констатировать тот факт, что сейчас формируется новая матрица, дающая возможность самовыражения и генерирования новых идей каждому ее последователю.

Инновационные технологии эмотивного маркетинга, отвечающего основным вызовам XXI века заключаются в глубоком изучении психологических особенностей различных половозрастных, социально-профессиональных характеристик, социокультурных особенностей различных целевых групп и в формировании взаимовыгодных партнерских отношений с ними в процессе построения процветающего, гармоничного и комфортабельного общества.

Библиографический список

[1] Андреева, Г. М. Социальная психология : учебник для вузов / Г. М. Андреева. – Изд. 5-е, испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2009. – 363 с. – Текст : непосредственный.

[2] Pride, W. M. Foundations of Marketing / W. M. Pride, O. C. Ferrell. – 3rd edition. – Boston : Houghton Mifflin Company, 2009. – 569 p. – Direct text.

[3] Handbook of Pricing Research in Marketing / Edited by R. Vithala. – Cheltenham : Edward Elgar Publishing, 2009. – 593 p. – Direct text.

[4] Парыгин, Б. Д. Социальная психология : истоки и перспективы / Б. Д. Парыгин ; Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 2010. – 536 с. – (Труды университета). – Текст : непосредственный.

[5] Шаховский, В. И. Лингвистическая теория эмоций : монография / В. И. Шаховский. – Москва : Гнозис, 2008. – 416 с. – Текст : непосредственный.

[6] Конт, О. Дух позитивной философии (Слово о положительном мышлении) / О. Конт ; перевод с французского И. А. Шапиро. – 2-е изд. – Москва : URSS, 2011. – (Из наследия мировой философской мысли: история философии). – 80 с. – Перевод изд.: Discours sur l'esprit positif / A. Comte, Paris, 1844. – Текст : непосредственный.

[7] Макдональд, М. Сегментирование рынка / М. Макдоналд, Я. Данбар ; перевод с английского. – Москва : Дело и Сервис, 2002. – 282 с. – Перевод изд.: Market segmentation / M. McDonald, I. Dunbar, London, 2002. – 2nd edition. – Текст : непосредственный.

[8] Lamb, C. W. Marketing / C. W. Lamb, J. F. Hair, C. McDaniel. – 11th edition. – Mason: South Western Cengage, 2017. – 391 p. – Direct text.

[9] The Oxford Handbook of Pricing Management / Edited by Ö. Özalp, R. Phillips. – Oxford University Press, 2012. – 48 p. – Direct text.

[10] Левинсон, Дж. К. Партизанский маркетинг. Добро пожаловать в маркетинговую революцию! / Дж. К. Левинсон, П. Хенли ; перевод с английского С. Жильцова. – Москва – Санкт-Петербург : Питер. – 184 с. – Перевод изд.: Guerrilla Marketing to the Unconscious Mind. Precision persuasion for profit / Jay Lewinson, 2005. – Текст : непосредственный.

[11] Социологический словарь / Под редакцией Г. В. Осипова, Л. Н. Москвичева. – Москва : Норма, 2014, – 608 с. – Текст : непосредственный.

[12] Lancaster, G. Essentials of Marketing Management / G. Lancaster, L. Massingham. – 2nd edition. – London : Routledge, 2018. – 474 p. – Direct text.

[13] Новые идеи в социологии : монография / В. А. Авксентьев, Б. В. Аксюмов, Л. А. Беляева [и др.] ; отв. ред. Ж. Т. Тощенко ; Научный совет Отделения общественных наук РАН «Новые явления в общественном сознании и социальной практике», Институт социологии РАН, Институт социально-политических исследований РАН, Российский государственный гуманитарный университет. – Москва : Юнити-Дана, 2013. – 479 с. – (Magister). – Текст : непосредственный.
[14] Groh, A. Marketing & Manipulation / A. Groh. – Aachen : Shaker, 2008. – Direct text.

References

[1] Andreeva, G. M. (2009). Sotsial'naya psikhologiya. 5th edition, revised and expanded. Moscow, Aspekt Press Publ., 363 p. (In Russian).
[2] Pride, W. M., & Ferrell, O. C. (2009). Foundations of marketing. 3rd edition. Boston, Houghton Mifflin Company, 569 p. (In English).
[3] Vithala, R. (Ed.). (2009). Handbook of Pricing Research in Marketing. Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 593 p. (In English).
[4] Parygin, B. D. (2010) Sotsial'naya psikhologiya: istoki i perspektivy. St. Petersburg, Saint-Petersburg University of the Humanities and Social Sciences Publ., 536 p. (In Russian).
[5] Shakhovskiy, V. I. (2008). Lingvisticheskaya teoriya emotsiy. Moscow, Gnozis Publ., 416 p. (In Russian).
[6] Comte, A. (1844). Discours sur l'esprit positif. Paris, Carilian-Goeury et V. Dalmont, 136 p. (In French).
[7] McDonald, M., & Dunbar, I. (1998). Market Segmentation: How to do it, how to profit from it. London, Palgrave Macmillan, 376 p. (In English).
[8] Lamb, C. W., McDaniel, C., Hair, J. F. (2017). Marketing. 11th edition. Mason, South Western Cengage, 391 p. (In English).
[9] Özalp, Ö., & Phillips, R. (Eds.) (2012). The Oxford Handbook of Pricing Management. Oxford University Press, 2012, 48 p. (In English).
[10] Levinson, J. C., & Hanley, P. R. J. (2005). The Guerrilla Marketing Revolution: Precision Persuasion of the Unconscious Mind. Piatkus Books, 192 p. (In English).
[11] Osipov, G. V. & Moskvichev, L. N. (Eds.) (2014). Sotsiologicheskiy slovar'. Moscow, Norma Publ., 608 p. (In Russian).
[12] Lancaster, G., & Massingham, L. (2018). Essentials of Marketing Management. 2nd edition. London, Routledge, 474 p. (In English).
[13] Avksent'ev. V. A., & Aksyumov, B. V., Belyaeva, L. A., Velikiy, P. P., Volkov, Yu. G., Gorshkov, M. K.,… Pokrovskiy, N. E. (2013) Novye idei v sotsiologii. Moscow, Yuniti-Dana Publ., 479 p. (In Russian).
[14] Groh, A. (2008). Marketing & Manipulation. Aachen, Shaker. (In English).

Получена / Submitted: 18/01/2021
Доработана / Revised: 08/02/2021
Принята к публикации / Accepted: 03/03/2021

DOI: 10.31660/1993-1824-2021-2-19-33

УДК 32.019.5

Русофобия Запада: сущность и причины

Алексей Николаевич Ильин

Кафедра практической психологии, Омский государственный педагогический университет, Омск, Россия
Кафедра философии и социально-гуманитарных наук, Омский государственный медицинский университет, Омск, Россия

Аннотация. Цель работы — выяснить истинную сущность и причины русофобского нарратива, который применяется западными политиками. Русофобия — опирающееся на исторические и политические фальсификации принципиально отрицательное отношение к истории, политике и культуре России, к русским как этносу. Русофобский нарратив отражает экспансионистские интересы западных элит. Русофобия выступает одним из видов борьбы против геополитического противника. Русофобский нарратив противоречит реальности, но вместе с тем он во многом формируют реальность. Русофобия обладает нулевой степенью риторики и содержательным вакуумом. Русофобский нарратив утверждает обширное поле гиперреальности, которое маскирует и искажает реальность, а также скрывает это искажение. В общих чертах приводится концептуальное описание такого метода ведения информационной войны, как перекрестные обвинения. Раскрыта методология формирования русофобского нарратива. Представлены причины распространения русофобии европейскими странами, которым при этом не выгодно ухудшать отношения с Россией.

Ключевые слова: русофобия, Запад, США, Европа, либерализм, транснациональный бизнес.

Russophobia of the West: essence and reasons

Alexey N. Il'in

Department of Practical Psychology, Omsk State Pedagogical University, Omsk, Russia
Department of Philosophy and Social and Humanitarian Sciences, Omsk State Medical University, Omsk, Russia

Abstract. The purpose of the article is to find out the true nature and causes of the Russophobic narrative that is used by Western politicians. Russophobia is a fundamentally negative attitude to the history, politics and culture of Russia, to Russians as an ethnic group, based on historical falsifications and political insinuations. The Russophobic narrative reflects the expansionist interests of Western elites. Russophobia is a type of struggle against a geopolitical opponent. The Russophobic narrative contradicts reality, but at the same time it forms reality in many ways. Russophobia has a zero degree of rhetoric and a meaningful vacuum. The Russophobic narrative asserts a broad field of hyperreality that masks reality, distorts it, and simultaneously hides this distortion. In General terms, a conceptual de-

scription of such a method of conducting information warfare as cross-accusations is provided. The methodology of forming a Russophobic narrative is revealed. The reasons for the spread of Russophobia by European countries, which are not profitable to worsen relations with Russia, are presented.

Keywords: russophobia, the West, the USA, Europe, liberalism, transnational business.

Введение

В политике западных стран наблюдается нарастание давления на Россию. Массив обвинений в сторону Москвы постоянно подпитывается новыми «сведениями», но этот медийный нарратив на поверку оказывается совокупностью необоснованных заявлений. В дискурсе западного мира прослеживается совершенно антиправовая презумпция виновности русских, которая высказывается политиками и широко тиражируется в СМИ. Имеет место традиционное противостояние в морской, сухопутной, воздушной и космической сферах. Также стала значимой борьба в информационной области. Антироссийская риторика заняла далеко не последнее место в геополитическом противостоянии, о чем пишут в том числе западные авторы [1–3]. В российской научной литературе ряд ученых осмысливает русофобию как характерную для современного Запада и для симпатизирующих ему граждан нашей страны позицию, строящуюся на неприятии российской ментальности, культуры, внешней политики и т. д. [4–8].

Русофобию мы понимаем не как идеологическую позицию, являющуюся результатом нерационального страха перед Россией. То есть клинический фактор здесь не имеет значения. Русофобия выступает средством циничных и рациональных геополитических амбиций. Она *формирует* страхи в общественном сознании Запада, а не конституируется на их основе. Базисом русофобии является именно необъективное отрицательное отношение к нашей стране. Русофобия — не конструктивная, опирающаяся на объективные обстоятельства идеология, которая справедливо критикует исторически далекие и современные действия российского государства в контексте внутренней и внешней политики, а также национально-психологические качества и культурные особенности российского народа. Наоборот, вместо опоры на реалии исторических и современных пороков российской политической элиты и ее народа, вскрытых скрупулезным исследованием западных ученых, русофобия имеет под собой ложную опору. Этим она отлична от критики как взвешенного и конструктивного взгляда на обсуждаемые явления [9; 10].

Материалы и методы

Материалы исследования — труды российских и зарубежных ученых, в которых раскрыты основные особенности русофобского нарратива, характерного для западных СМИ.

Для осмысления сущности русофобского нарратива нашли применение следующие методы и подходы:

- диалектический метод позволил найти противоречия между содержанием русофобского повествования и политической реальностью, между смыслом русофобской риторики и реальными геополитическими целями использующих ее политиков;
- метод теоретической реконструкции позволил выделить основное содержание русофобских обвинений и последствий их реализации;
- системный подход обеспечил возможность синтезировать исследовательские идеи для формирования критической концепции русофобии.

Результаты и обсуждение

Русофобия как явление: общие положения

Русофобия — псевдоинформационное идеологическое явление, принципиально предвзятое и враждебное, неприязненное и в некоторых аспектах уничижительное, высокомерное и подозрительное. *Русофобия — опирающееся на исторические и политические фальсификации принципиально отрицательное отношение к истории, политике и культуре России, к русским как этносу.* Это — широкое определение русофобии. Конечно, русофобия не во всех случаях носит крайне жесткий характер и не всегда охватывает все аспекты, которые мы перечислили в определении. Нередко русофобские посылы ограничиваются вниманием к внешней и внутренней политике российского государства. В узком смысле *русофобия — опирающееся на инсинуации и фальсификации принципиально негативное отношение к политике российского государства. Объектом диффамации становятся те действия российских властей, которые усиливают государственный суверенитет, запускают экономическое развитие и обеспечивают рост благосостояния российского народа.* Русофобия как в широком, так и в узком смысле не имеет отношения к конструктивной критике. Она является системой нападок на Россию, которая отличается бездоказательностью и отсутствием опоры на реальные факты.

Если российское правительство проводит приватизацию, в ходе которой по сниженным ценам продаются наиболее значимые предприятия, за это Запад его не подвергает критике. Когда же российская власть защищает Сирию от экстремизма и хаоса, помогает Донбассу в борьбе с украинским нацизмом, делиберализирует экономическую политику и делает ее основой реализации интересов народа (последнего, однако, не происходит), в западных странах нагнетается возмущение. В условиях глобализации с появлением так называемого глобального управляющего класса размывается государственный суверенитет почти во всем мире и идет неолиберальная волна, которая перераспределяет мировые активы от народов в сторону наднациональных структур. Даже слабо выраженная защита Кремлем госсуверенитета пересекает дорогу глобальному управляющему классу, который стремится ослабить Россию как геополитического соперника и поставить ресурсы нашей страны (как и других стран) под «международный» контроль. Поэтому западные политики утверждают, что несправедливо распоряжение Россией своими большими ресурсами, которые якобы должны перейти к «мировому сообществу». Расходуемые в России на социальные нужды средства представляются в качестве недополученных наднациональными организациями доходов, а потому рассматриваются как проявления бесхозяйственности. Поэтому русофобия в узко-

политическом смысле слова связана не с тем, что российское государство отказывает в правах своему народу, а с тем, что в некоторых аспектах препятствует отдаче страны в руки транснациональному капиталу.

Базисом русофобии являются интересы — интересы лиц, государств, национальных и наднациональных элит, выступающих стратегическим конкурентом России. Здесь не остается места объективности, эмпирической достоверности и моральной ответственности. Могущественные вершители судеб мира, которые стремятся оседлать глобализацию, давно желают ослабить Россию (и множество иных стран), загнать ее в угол мировой политики и поставить под свой контроль ее богатства. В 1990-е годы им это удалось. Позднесоветское руководство отошло от геополитической конкуренции, приспособило свою позицию к интересам Запада, в одностороннем порядке уступило, что привело к трагичному развалу Советского Союза. Причем США не ответили взаимностью. Они принялись подводить НАТО к российским границам, реализовали разными средствами программу по экспроприации российской госсобственности, вследствие которой Россия понесла серьезные потери во всех отраслях промышленности, а народ был обречен на масштабное обеднение. Позже, воспользовавшись крахом сильного соперника, США уничтожили Югославию, а вместе с ней и международное право.

Если в период существования сильного и неуступчивого Советского Союза западный капиталистический мир представлял нашу страну в невыгодном свете, выходя далеко за пределы объективной критики, то во время перехода идеологической составляющей Союза на «общечеловеческие ценности», а в конце концов разрушения СССР, соответствующий нарратив со стороны «цивилизованного» мира утих. Поводом для диффамации были не те причины, которые декларировались. Поводом являлось именно нежелание руководства страны-конкурента торговать национальными интересами и превращать свою страну из конкурента даже не в полноценного, равного и геополитически сильного союзника, а в слабого, не представляющего даже потенциальной опасности, открытого для разграбления сателлита.

Если бы Россия являлась капиталистической страной, холодная война все равно имела бы место в системе взаимоотношений держав. При существовании Соединенных Штатов Америки и Союза Советских Капиталистических Республик противостояние никуда бы не исчезло, ибо помимо идеологического рассогласования (или согласования) между странами у каждой из них есть свои интересы. *Какой бы социальный строй в СССР не присутствовал, Запад все равно боролся бы со строем на словах, а со страной на деле.* Как ранее советское руководство обвинялось в нарушении прав человека, так сегодня виновным назначается российское правительство. Но адепты «цивилизации» не слишком волнуются по поводу нарушений прав человека в Латинской Америке, Азии, Африке, на Ближнем Востоке (ряд недемократических стран которого, типа Саудовской Аравии, являются близкими союзниками США).

Читатель может отметить, что советские пропагандисты также нападали на Запад, и их методы мало отличались от методов тех, кто формировал и тиражировал отрицательные суждения о СССР и России. Да, Союз отвечал нападками на нападки. Однако советские авторы, посвятившие свои труды изучению культуры, экономики и политики США и всего капиталистического Запада (Г. К. Ашин, А. П. Мидлер, А. В. Ку-

каркин, О. А. Феофанов и др.) в своих основных выводах оказались правы. В написанных советскими авторами в 70-х и 80-х годах работах о Западе содержится то понимание истинной мировой ситуации и действительных интересов Запада, которое, к сожалению, не было присуще нашим руководителям 90-х годов, приведшим страну в тупик своими наивными заявлениями и разрушительными действиями. За это советских авторов и уважали западные лидеры и воздерживались от нелицеприятных высказываний.

Сразу после развала Советского Союза новая российская элита отстранилась от интересов России, разменяла их на личное богатство, допустила к стране иностранных «инвесторов», ликвидировала конкурентное преимущество страны в виде развитого промышленного сектора, забыла о геополитических возможностях влияния в мире, освободилась от ответственности перед собственным народом и встала в услужение глобальному бизнесу, сращенному с американской политической элитой. Ослабленная, погруженная в бедность и деиндустриализацию страна перестала представляться конкурентам в качестве империи зла. В начале 1990-х гг. РФ перешла на общечеловеческие стандарты развития — примерно так стали утверждать американские лоббисты, отказываясь признавать факт, что вступление на истинный путь предполагало утрату государственного суверенитета в культуре, экономике, политике, медипространстве и, соответственно, деградацию во всех сферах жизни народа. На протяжении 90-х гг. — за редкими исключениями — Россия поддерживала внешнюю политику США, за что американские лидеры дружески похлопывали наших руководителей по плечу, а в их СМИ очернение России перестало иметь значимое место.

В общем, когда наша страна проявляет лояльность и терпит смертельные для себя интервенции со стороны противника, он забывает о русофобии, и мировые СМИ тиражируют сообщения о правильном и верном выборе России. Когда РФ растрачивает свой военный, политический, экономический, культурный суверенитет и отказывается от участия в большой геополитической игре, диффамация России со стороны Запада исчезает. Но когда наша страна всего лишь в минимальной степени противоречит своими действиями интересам мирового гегемона, проект «русофобия» снова обретает жизнь. Страны, выполняющие роль американских вассалов, в своих СМИ поддерживают антироссийский тренд, и русофобия распространяется в медийном пространстве, вырастая до уровня глобального явления. Но вследствие такого тиражирования она не приобретает объективности.

В последние годы Кремль крайне нерешительно выстраивает самостоятельную внешнюю политику, но внутренняя политика остается по большому счету неолиберальной и вполне согласуется с интересами акторов, инициирующих экономическую неолиберализацию почти всего мира. До сих пор не сформулирована национальная идея. Правительство продолжает покупать долговые обязательства США и этим спонсировать стратегического конкурента, который развязал против России информационную войну. Центральный банк (ЦБ) РФ остается привязанным к экономической системе США и тормозит экономический рост нашей страны. Так, ЦБ продолжает реализовывать монетарную рыночную политику, в ходе которой финансы распределяются в интересах спекулятивного сектора, а реальный сектор экономики сталкивается с тотальным недополучением средств. Как рост цен в стране, так и вывоз капиталов из

страны не ограничиваются. Россия не вышла из Всемирной торговой организации, в которую ее интегрировали либеральные элиты и которая представляет для нашей страны экономического захватчика. Недавно инициированная пенсионная реформа является неолиберальным наступлением на права трудящихся и реализуется в соответствии с требованиями МВФ.

В общем, нельзя сказать, что российское руководство серьезно покушается на тщательно выстраиваемый мировой порядок. Кремль не создал против мирового гегемона мощную коалицию, бряцающую оружием. Российское руководство «лишь» присоединило Крым, помогает борющемуся против украинского нацизма Донбассу, ограничило преступное вмешательство США в дела Сирии. Этого оказалось достаточно для того, чтобы включился на полную мощь псевдоинформационный проект «русофобия».

Даже крайне непоследовательное усиление России, нерешительное возвращение в глобальную политику, связанное со смутным нарративом о национальных интересах и претензией на развитие, — условие для нового запуска проекта «русофобия». Если противника не получается устранить, загнать на задворки политико-экономического бытия, ресурсы направляются на его очернение. И неважно, что РФ собирается выстраивать прогресс за собственный счет. Важно, что она *стремится* это делать или пусть даже непоследовательными действиями демонстрирует, что частично освобождается от американской зависимости, заявляет о стремлении решать самостоятельно свои проблемы и тем самым создает прецедент — показывает миру возможность сопротивляться. Этот прецедент вполне может восприниматься элитами мирового гегемона в качестве аналога «эффекта домино».

Россия слишком долго сдавала свои ресурсы Западу, и последний уверовал в соответствующую роль нашей страны как естественную — роль сырьевого придатка, руководство которого — лояльные даже не политики, а прозападные менеджеры. И потому, когда РФ стала демонстрировать субъектность, у западных лидеров возник когнитивный диссонанс: выражаясь социально-психологическим языком, привычные ролевые ожидания встали в противоречие с реальными действиями. Россия (не во всем, а лишь в некоторых аспектах своей политики) перестала соответствовать той роли, которую долгое время играла. То есть РФ делает мягкий вызов ряду западных стран.

Сегодня мировое медиапространство наполнили сообщения о причастности Москвы к отравлению Скрипалей, теракту против малайзийского Боинга, результатам выборов в США и т. д. Все эти и другие антироссийские выпады не были обвинителями доказаны. Ранее, после нападения Грузии на Осетию, американская сторона высказывала лживый тезис, что агрессию совершила Россия. Все это говорит о тенденции ухода западных лидеров от моральной ответственности и от элементарных принципов дипломатичности.

В контексте нашего анализа обоснованно обратиться к концептам «нулевая степень письма» Р. Барта [11] и «тело без органов» Ж. Делеза [12]. «Тело без органов» и «нулевая степень письма» подходят для именования русофобского дискурса, поскольку речь идет о ничтожности и фактологической ущербности данного нарратива. Русофобии характерны нулевая степень риторики и содержательный (телесный) вакуум. Она

утверждает обширное поле гиперреальности, которое маскирует и искажает реальность, а также скрывает это искажение.

Методология продвижения русофобского нарратива

Характер общественного мнения — важное явление в геополитическом смысле. Особенное значение имеет характер мирового общественного мнения. При наличии инструмента влияния на мировое общественное мнение, формирования его нецелесообразно отказываться от его использования. Выделяются различные виды оружия, которые применяются в международной конкуренции. Это не только разные вариации военного оружия, но и экономические ловушки, и торговые блокады, вредные для здоровья или для репродуктивной способности продукты питания (к примеру, генномодифицированные объекты), нужные идеи (их инкорпорирование в умы народа-конкурента), и т. д. Идеологическое оружие характеризуется тем, что не в каждом случае удается понять, кто его использует и для каких целей. Оно — действенный элемент для конструирования нужного образа определенной страны в глазах мировой общественности.

Нарастание в общественном мнении массива иллюзий имеет связь с политическими и геополитическими интересами акторов, имеющих возможность оказывать давление на массовое сознание. Иллюзии с особой активностью, даже насильственными способами интегрируются в медиа-структурный нарратив, который вносит значимый вклад в формирование общественного сознания.

Современная информационная война реализуется посредством политизации массового сознания граждан своей страны и стран-союзников, формирования максимально реалистично выглядящего (но отдаленного от реальности) образа неприятеля, наделения его атрибутами врага. Эта политизация проникает в дома, учебные заведения, церкви и другие социальные институты, оставляя своих многочисленных реципиентов заживо обманутыми. Воображая, что получаемые сведения объективно описывают реальность, реципиенты впадают в воображаемое. Можно сказать, западные СМИ страдают от некоего ожирения вследствие их гипернасыщенности антироссийской пропагандой. В медиасреде происходит метастатическое разрастание тканей от объекта, который не имеет никаких признаков, подтверждающих его право на существование.

Русофобски настроенный пропагандист пытается вписать новые факты и домыслы в сконструированную им теоретическую модель и согласовать их с уже встроенными в нее фактами и домыслами. Факты, которые разрушают данную модель, он просто отказывается использовать, принимая их за несуществующие. Если «неудобные» факты игнорировать не получается, он объявляет их несущественными, малозначимыми. Этот процесс отдаленно напоминает описанное Т. Куном строительство новой парадигмы в науке, которая игнорирует не согласующиеся с ней факты и позиционирует себя как верная и наиболее соответствующая реальности.

В информационной войне применяется обширная методология:

1) изъятие факта из контекста;

2) сокрытие полной картины (неполная информация, замалчивание о фактах, опровергающих предвзятую теорию);

3) тенденциозная демонстрация события (абсолютизация «нужных» фактов и ориентация на точку зрения только представителей одной из сторон как единственно возможную);

4) выстраивание ложной причинно-следственной связи, когда реальное кризисное событие рассматривается как результат деятельности сил, не имеющих к нему отношения;

5) отсылка к анонимным высказываниям как к объективным;

6) подмена информации мнением, преподнесение мнения в качестве достоверного комментария к факту;

7) использование слов авторитетного лица (высказанная популярным деятелем позиция представляется истинной, так как он популярен);

8) формирование отрицательных ассоциаций, фиксация внимания на негативе о стране-жертве и ее элите;

9) повторение ложных утверждений;

10) манипулирование статистическими данными, подтасовка фактов;

11) представление псевдоисточников в качестве источников, придание им объективности и нейтральности, апелляция к дезинформации как к информации;

12) прямая ложь;

13) компенсация недостатка обоснованных высказываний большим количеством эмоционально окрашенных утверждений;

14) ложные обвинения и демонизация личностей;

15) трансформация исторического значения событий (приукрашивание и преувеличение или, наоборот, снижение значимости);

16) наклеивание ярлыка как необъективной эмоционально насыщенной характеристики и необоснованные обобщения (мол, он русский, следовательно, агрессивный);

17) подмена понятий (например, осуществление мер по дестабилизации целых стран, их политическому и экономическому ослаблению называется демократизацией).

Приведенный список не является полным, и он не претендует на классификационную точность. В ситуации конкретной информационной атаки применяется арсенал методов, и не всегда возможно отделить один метод от другого.

Нередко используется синтез приведенных методов, который мы называем схемой перекрестных обвинений. Актуализируется сначала одно необоснованное обвинение, затем — другое, третье и т. д. В качестве доказательств для очередного обвинения делается отсылка к предыдущим в стиле «они совершили эти деяния, следовательно, новое преступление лежит на их совести». Далее, при учете созданной совокупности, выдвигается обобщение, согласно которому политический режим в России носит крайне антигуманный и опасный для мира характер. И в обратном порядке, отсылкой на этот антигуманизм обосновывается каждое из частных обвинений, после чего говорится, что вся история России отличается исключительной жестокостью. Всегда можно использовать фразы типа: «если не верите в российское отравление Скрипалей, взгляните на весь мрак, который сопутствовал досоветской, советской и постсоветской России».

С помощью этой технологии допустимо всякий абсурдный антироссийский тезис «доказать» отсылкой к другим необоснованным мифам, которые выдаются за исто-

рическую правду. Так, идеологическое пространство немалой части мирового сообщества подвергается буквально террористическому воздействию «мягкой силы», вследствие чего создается плен самоочевидности, сопротивляющийся выходу к действительной мысли о реальности. Оговоримся, что в данном контексте к термину «миф» мы подходим узко и понимаем под ним ложную информацию.

Так работает сложная машина создания и тиражирования необоснованных суждений — идеологических чудовищ, монстров, рожденных не сном, а разумом, который следует за четко выверенными геополитическими и геоэкономическими целями и выстраивает тактики и стратегии. На различных уровнях общественной жизни, в том числе на уровне международных отношений (наполненной столкновениями разных субъектов международного взаимодействия), конфликты зачастую разрешаются под риторику об истине, хотя применяется широкий инструментарий лжи и манипуляций, что сопровождается искренними заблуждениями.

В общем, помимо методологии извлечения истины существуют также методология сокрытия и замещения истины, постановки на ее место правдоподобно выглядящей лжи. Посредством данных методов путем манипулирования мировым общественным мнением осуществляется дискредитация страны-соперника на мировой арене и одновременно реализуется стратегия символического насилия над сознанием реципиентов, их идеологическая дисциплинаризация.

Борьба с замифологизированным (ложным) мировосприятием предполагает широко тиражируемую критику мифов, их объективное рассмотрение; ведь описание и объяснение мифа дает возможность лишить его влияния. Но мифологизаторы отчаянно стараются не допустить такого разворота событий.

Русофобское единство западных голосов говорит о дефиците медийного плюрализма и нарушении принципов демократии. России не позволяют высказаться, ответить на обрушившиеся в ее сторону нападки, представить западной аудитории свою точку зрения. Активно позволяют высказываться российским либеральным оппозиционерам, которые в силу своей политической ориентации идеологически близки позиции американского глобализма.

Российские «эксперты», не просто получающие право голоса в западной прессе, а рекламируемые ей, — в основном либеральные журналисты, сотрудники американских или европейских аналитических структур, руководители либеральных оппозиционных партий и движений, главы финансируемых американскими фондами неправительственных организаций, непосредственно связанные с западными политическими структурами субъекты. Их деятельности в западных СМИ дают положительные комментарии и всячески ее освещают в выгодном свете. Политики США выступают со словами одобрения ориентированных на Запад российских оппозиционеров. Эти деятели получают гранты от американских университетов, их приглашают в американские учебные заведения и на знаковые международные конференции, им дают возможность печататься в крупных журналах. Их статьи переводятся на множество языков и получают мировую известность. Обратим внимание на информационную подпитку, которую получили на Западе А. Навальный, Б. Немцов, Г. Каспаров, М. Касьянов, Ю. Латынина и т. д.

Когда западная пресса дает этим «экспертам» эфир, она заявляет, что это настоящий голос России, он солидарен с нами в оценке Кремля, значит, наша позиция верна. Голос других граждан России игнорируется или называется проправительственным, а потому необъективным; хотя непонятно, как социалистическая или коммунистическая позиция может продвигать пропаганду Кремля. В общем, далек от реализации хабермасовский дискурс, представляющий собой языковую ситуацию, когда любой участник пользуется равной возможностью высказываться свободно, без всякого давления.

За формированием отрицательного образа страны могут следовать экономические санкции, которые представляются мировой общественности оправданным действием; ведь если во всем медийном пространстве говорится, что страна агрессивная, значит, и недружественный ответ против нее оправдан. К этим санкциям присоединяются все больше стран, а их общественное мнение проявляет лояльность, поскольку в СМИ утверждают, что объект внимания заслуживает только такого отношения. Впоследствии военные действия против данной страны представляются мировой общественности совсем не как агрессия, а как легитимный ответ на нее. Многие сконструированные в массовом сознании русофобские выпады, эти иллюзорные воображаемые конструкции хотя не имеют связи с истиной, но оказывают воздействие на мировое общественное мнение и на глобальную повестку дня. *Данные иллюзии противоречат реальности, но они во многом формируют реальность.* Виртуалия материализуется, создает реальное политическое действие. В некотором роде с позиции философской иронии можно говорить о триумфе идеализма над материализмом.

Недаром в «цивилизованных» странах идет переписывание истории таким образом, что занижается вклад России и СССР в мировое развитие, в победу над фашизмом и т. д. Наоборот, «новая» история представляет Россию и СССР как территорию, где вместо достижений главенствовали лишь недостатки: тоталитаризм, азиатский деспотизм, пассивность и коленопреклонность людей перед властью, алкоголизм и т. д.

При ведении информационной войны стремятся повлиять на идеологические позиции и ценностные ориентации населения страны-соперника. Даже тиражирование представления о некоем народе как неспособным демократизироваться и встать на путь прогресса оказывает влияние на некоторый сегмент этого народа. Так, внешние оценки, экспортируясь, интериоризируются в качестве внутреннего явления, самооценки.

Экспорт идеологических инъекций осуществляется ради создания условий для усиления напряженности и конфликтности внутри неугодной страны: между гражданами и государством, разными этническими и религиозными группами. Население дезинформируется относительно масштабности социально-политических проблем и виновности в них тех или иных сил. Нагнетаются негативные эмоциональные настроения по отношению к органам власти и к идеологически отличающимся социальным группам. Делается все возможное для подрыва авторитета власти в глазах жителей страны и для перехода негодования из области эмоций в область поведения (протесты, массовые беспорядки и т. д.). Провоцируются конфликты на политической, национальной, религиозной почве, вплоть до гражданской войны.

В народе-мишени благодаря такому проистекающему извне «воспитательному» влиянию появляются люди, которые расписываются в неприятии (а то и в ненависти)

истории и культуры своей страны. Следовательно, снижается уровень патриотизма и вместе с ним обороноспособность народа. Так может быть сконструирована социальная прослойка, действующая против интересов собственного народа, не представляющая его своим народом, космополитическая по духу, или, напротив, инверсивно патриотическая, «патриотизм» которой также используется внешними силами (украинский национализм — наглядный пример). Недаром антироссийская пропаганда формирует в РФ общественное мнение в политической сфере, пытаясь направить широкие круги населения против правительства (к которому, конечно, у народа возникло множество претензий). Когда «воспитанные» внешним влиянием лица появляются в правительстве и получают в нем ведущие позиции (ряд российских либералов тому пример), последнее, подобно современному правительству Украины, забывает про национальные интересы и свою политическую деятельность осуществляет в интересах транснационального бизнеса и других государств.

Русофобские настроения Европы как следствие геополитической зависимости от мирового гегемона

Поскольку США наиболее сильны в экономическом, военном и идеологическом смысле, многие страны принимают их политическую позицию. Когда Россия присоединила Крым, стала помогать Донбассу и ввела войска в Сирию, весь западный мир охватила волна бурного возмущения «российской агрессией». Политики и журналисты принялись штамповать псевдофутурологические прогнозы о том, что русские планируют захватить Европу.

США перманентно развязывают войны, результат которых — обнищание народов и разруха. Штаты опутали почти весь мир экономическими удавками при помощи подконтрольных Вашингтону Международного валютного фонда и Всемирного банка. Мировой гегемон устраивает государственные перевороты в ряде стран, после чего там к власти приходят не демократы, а коррупционеры, деструкторы, авторитарные лидеры, разменивающие экономику своих стран на личные богатства и на лояльность со стороны США. Пренебрегая международным правом, Вашингтон осуществляет вероломные интервенции во внутренние дела государств и стремится поставить в их главе управляемых лиц, которые вместо национальных интересов станут реализовывать интересы американских элит и транснационального бизнеса. Однако в европейских медиа не инициируется возмущение этими постоянно совершаемыми преступлениями перед человечеством.

Европа не только отказывается критиковать действия США, но и поддерживает их, даже когда это приносит Европе массу проблем. Многие факты указывают на серьезную зависимость Старого Света от мирового гегемона.

Страны Европы поучаствовали в варварском уничтожении Югославии, а затем — Ирака, без всякой санкции Совбеза ООН. От европейцев требовалось оказывать помощь Штатам в их преступных военных авантюрах, а Вашингтон диктовал условия. Причем в противовес европейским интересам уничтожение Югославии создало в Европе государство Косово; стоит вести речь об узаконивании криминального государства-наркоторговца. Также Европа присоединилась к военной атаке против Ливии, после чего беженцы из некогда богатой страны направились в европейские страны.

Старый Свет позволил построить на своей территории огромное количество военных баз США и американские системы противоракетной обороны, дав возможность обеспечить над собой внешний военный контроль. Тем более максимальное влияние на решения НАТО оказывают власти США.

Американские спецслужбы прослушивают европейских политиков. Когда данные об этом были обнародованы, власти ЕС не отреагировали должным образом.

Европа в финансово-экономическом смысле зависит от США. Преимущественно восточно-европейская экономика переориентировалась на продвигаемые Штатами неолиберальные стандарты, которые сдерживают экономический рост и усиливают американское экономическое превосходство.

Многие европейские политики поддержали нацистский переворот на Украине, выгодоприобретателями которого стали американские экономические и политические элиты, сращенные с транснациональным капиталом, а у России и Европы появились серьезные проблемы. В соответствии с интересами мирового гегемона Европа после украинского переворота вступила на путь невыгодной для себя конфликтности с Россией, защищая новое правительство Украины.

По инициативе США европейские элиты присоединились к экономическим санкциям против РФ, что сильно бьет по европейским экономикам. Когда же мировой гегемон совершает интервенции в другие страны, пренебрегая международными законами и Советом безопасности ООН, страны Европы не вводят против него никаких санкций.

Политики Европы под давлением Вашингтона препятствуют строительству Россией новых трубопроводов (наглядный пример — дипломатическая история с Северным потоком-2), проходящих мимо Украины. Эти инфраструктурные объекты нужны Европе. Вряд ли Болгария, оказав сопротивление строительству Южного потока, из принципиальных соображений и добровольно отказалась от многомиллиардной прибыли за транзит энергоносителей. Очевидно, что переход Европы на потребление более дорогого американского сланцевого газа будет являть собой еще большее закабаление Старого Света мировым гегемоном и снижение конкурентоспособности европейской промышленности вследствие необходимости покупать дорогостоящий американский газ.

Исходя из этих фактов, вполне ожидаемо, что европейские СМИ преисполняются русофобским нарративом. Самой Европе русофобия выгод не приносит. Только вассал (на языке дипломатии он именуется союзником) станет поддерживать вредные для себя инициативы мирового гегемона, направлять оскорбительную фразеологию в сторону вполне правовой и неагрессивной политики его соперников. Следовательно, исходящий от Европы русофобский нарратив опирается не на вину России, а на зависимость Старого Света от Вашингтона. Мэйнстримные пропагандисты Европы обвиняют в зависимости от Кремля те СМИ, которые разоблачают русофобские мифы. Хотя сами протагонисты мэйнстрима находятся под американским контролем. Подчиненное положение Старого Света вписывает в плоть местного медийного пространства идеологический тренд, исходящий от Вашингтона. Сама же русофобия — не гносеологический, а сугубо геополитический феномен.

Конечно, зависимость Европы от американской воли не абсолютна, и здесь недопустимо доходить в своем анализе до точки тотального алармизма. Однако приходится постулировать высокую степень этой зависимости, что накладывает отпечаток на взаимоотношения России и Европы и на характер представления РФ в общественном мнении «цивилизованного» мира.

Политически ангажированные европейские путешественники, посетившие Русь в XVI–XVII вв., представляли широкому вниманию свои очерки, наполненные самой примитивной клеветой, невежественными выдумками, которые характеризовали русских как ущербных во всех отношениях, отсталых, бескультурных людей, имеющих сугубо рабское сознание. Аналогичные процессы происходят и сейчас. Конечно, одна из причин укоренения русофобии в Европе — не только зависимость ее от США, но и уходящая в глубину веков традиция соответствующего взгляда на Россию. Расизм в превращенной форме, похоже, остался жить на просторах западного мира.

Из-за боязни усиления России западные (прежде всего американские) элиты продолжают выделять огромные средства на воспитание ненависти к РФ в своих странах и на подрывную деятельность в самой РФ. Они разжигают неолиберальные революционные настроения, стремятся активизировать этнический сепаратизм, пытаются тиражировать русофобскую идеологию в среде российского народа. Наша страна, как и любая другая, тоже опасалась усиления недружественных соседей. Однако в отличие от западных стран в ней не культивировались россиецентризм и расизм.

Выводы

Используя язык Ж. Бодрийяра, скажем так: русофобский нарратив, повторяясь, вводясь в превосходную степень, попадая в спираль удвоения, становится более истинным чем истина, более реальным чем реальность. Повторение создает эффект головокружения, страсть, экстатическую эскалацию. Оно завораживает, очаровывает, ослепляет. Симуляция русофобии заключена в том, что она, разрастаясь в медийном поле до самого непристойного масштаба, поглощает собой альтернативные мнения, саму подлинность и высвобождает энергию ненависти.

Вопрос «Почему они к нам таким образом относятся?» малоактуален. Целесообразней задаваться вопросом «Зачем они к нам так относятся?». Также бессмысленно вопрошание «За что (или почему) были введены санкции против России?». Корректней спрашивать «Для чего это было сделано?».

В отчаянной русофобии, следуя философскому принципу диалектики, можно увидеть и позитивное явление. Русофобия — знак не только обращения мощи «цивилизованного» мира против России. Это знак того, что наше правительство делает некоторые правильные, верные, необходимые для страны и ее общества шаги. Хотелось бы надеяться, что оно отходит от длившейся более 25 лет эпохи предательства национальных интересов, но пока такие надежды имеют слишком зыбкое основание. Чем решительней РФ вступает на тропу не войны, а защиты своего суверенитета, тем интенсивнее ее будет диффамировать конкурирующая сторона в своих «независимых» СМИ, защищающих интересы транснациональных элит, которые стремятся перекроить мир

по-своему. Тут уместно вспомнить фразу Марка Твена о том, что американская пресса «не продажна, просто она продана раз и навсегда». Эти слова характерны далеко не только для американской прессы, но и для массмедиа той части мира, которая верой и правдой прислуживает Штатам.

Библиографический список

[1] Кьеза, Дж. Русофобия 2.0 : болезнь или оружие Запада? / Дж. Кьеза. – Москва : Эксмо, 2016. – 288 с. – (Актуальная тема). – Текст : непосредственный.

[2] Меттан, Г. Взгляд с Запада : русофобия от Карла Великого до последних Олимпийских игр в Рио / Г. Меттан ; Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов. – Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 2016. – 32 с. – (Избранные лекции университета). – Текст : непосредственный.

[3] Меттан, Г. Запад — Россия : тысячелетняя война. История русофобии от Карла Великого до украинского кризиса / Г. Метан. – Москва : Паулсен, 2016. – 464 с. – Текст : непосредственный.

[4] Зеленов, Л. А. Русофобия : монография / Л. А. Зеленов, М. Г. Большаков, А. А. Владимиров ; Федеральное агентство морского и речного транспорта, Волжский государственный университет водного транспорта. – Нижний Новгород : ВГУВТ, ОАЧ, 2018. – 144 с. – Текст : непосредственный.

[5] Кара-Мурза, С. Г. Русофобия Запада / С. Г. Кара-Мурза. – Текст : непосредственный // Контуры глобальных трансформаций : политика, экономика, право. – 2015. – Т. 8, № 1. – С. 6–14.

[6] Стариков, Н. Ненависть. Хроники русофобии / Н. Стариков. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 352 с. – Текст : непосредственный.

[7] Цыганков, А. Русофобия : антироссийское лобби в США / А. Цыганков. – Москва : Эксмо, 2015. – 448 с. – Текст : непосредственный.

[8] Шафаревич, И. Р. Русофобия / И. Р. Шафаревич. – Москва : Эксмо, 2005. – 347 с. – (Новейшая история России). – Текст : непосредственный.

[9] Ильин, А. Русофобия / А. Ильин. – Санкт-Петербург : Питер, 2018. – 320 с. – (Николай Стариков рекомендует прочитать). – Текст : непосредственный.

[10] Ильин, А. Н. Русофобия как содержательно пустая идеологическая позиция Запада / А. Н. Ильин. – Текст : непосредственный // Информационные войны. – 2018. – № 4 (48). – С. 13–19.

[11] Барт, Р. Избранные работы : Семиотика. Поэтика. – Москва : Издательская группа «Прогресс», «Универс», 1994. – 615 с. – Текст : непосредственный.

[12] Делез, Ж. Анти-Эдип. Капитализм и шизофрения / Ж. Делез, Ф. Гваттари ; [перевод с французского Д. Кралечкина]. – Екатеринбург : У-Фактория, 2007. – 670 с. – (Philosophy). – Перевод изд.: Capitalisme et schizophrénie. L'Anti-Œdipe / Gilles Deleuze, Felix Guattari. – Текст : непосредственный.

References

[1] Chiesa, J. (2016). Russophobia 2.0: disease or weapon of the West? Moscow, Eksmo Publ., 288 p. (In Russian).
[2] Mettan, G. (2016). View from the West: Russophobia from Charlemagne to the last Olympic Games in Rio. (Selected University Lectures). St. Petersburg, St. Petersburg University of the Humanities and Social Sciences Publ., 32 p. (In Russian).
[3] Mettan, G. (2016). West - Russia: Millennial War. The history of Russophobia from Charlemagne to the Ukrainian crisis. Moscow, Paulsen Publ., 464 p. (In Russian).
[4] Zelenov, L. A., Bol'shakov, M. G., & Vladimirov, A. A. (2018). Rusofobiya. Nizhny Novgorod, VGUVT, OACH Publ., 144 p. (In Russian).
[5] Kara-Murza, S. G. (2015). Western Russophobia. Outlines of global transformations: politics, economics, law, 8(1), pp. 6-14. (In Russian).
[6] Starikov, N. (2018). Nenavist'. Kproniki rusofobii. St. Petersburg, Peter Publ., 352 p. (In Russian).
[7] Tsygankov, A. (2015). Rusofobiya: antirossiyskoe lobbi v SSHA. Moscow, Eksmo Publ., 448 p. (In Russian).
[8] Shafarevich, I. R. (2005). Rusofobiya. Moscow, Eksmo Publ., 347 p. (In Russian).
[9] Ilyin, A. (2018). Rusofobiya. St. Petersburg, Peter Publ., 320 p. (In Russian).
[10] Ilyin, A. N. (2018). Russophobia as an ideological trend in the information space of the West. Informatsionnye voyny, (4(48)), pp. 13-19. (In Russian).
[11] Bart, R. (1994). Selected works: semiotics, poetics. Moscow, Progress Publishing Group, Univers, 615 p. (In Russian).
[12] Deleuze, G., & Guattari, F. Capitalisme et schizophrénie. L'Anti-Œdipe (In French).

Получена / Submitted: 20/06/2020
Доработана / Revised: 24/08/2020
Принята к публикации / Accepted: 15/03/2021

DOI: 10.31660/1993-1824-2021-2-34-48

УДК 316.3

Социальные аспекты трудоустройства и социально-трудовой адаптации выпускников вузов с ограниченными возможностями здоровья

Ольга Викторовна Лаукарт-Горбачева[1], Ольга Александровна Максимова[2]

[1]Кафедра социологии, политологии и менеджмента, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А. Н. Туполева-КАИ, Казань, Россия
[2]Кафедра общей и этнической социологии, Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казань, Россия

Аннотация. Статья посвящена анализу актуальной в современных социально-экономических условиях проблеме социально-трудовой адаптации и трудоустройства выпускников вузов с ограниченными возможностями здоровья. В результате проведенного авторами социологического исследования были выявлены основные трудности, возникающие у данной категории выпускников при поиске и выборе работы и дальнейшем трудоустройстве. Несмотря на то что выявленные проблемы во многом являются характерными в целом для молодых специалистов, завершивших обучение в вузе и имеющих первый опыт поиска работы и трудоустройства, существует ряд факторов, осложняющих поиск работы и трудоустройство именно выпускников с ограниченными возможностями здоровья: уменьшение вариативности выбора профессиональной сферы деятельности, возможностей получения профессионального образования и дальнейшей трудовой деятельности; при выборе и поиске работы соискатели с ограниченными возможностями здоровья вынуждены ориентироваться на такие аспекты будущей работы, как доступность места работы, гибкий, в том числе дистанционный, режим деятельности, наличие специально оборудованного рабочего места и т. д. Проведенный анализ позволяет предложить в качестве активизации реализации принципов инклюзии, адаптации социального пространства для эффективной социализации возрастающего в последние десятилетия количества людей с ограниченными возможностями и их интеграции в «большое» общество внедрить перспективные зарубежные практики так называемого «поддерживаемого трудоустройства» лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Ключевые слова: трудоустройство, социально-трудовая адаптация, выпускники с ограниченными возможностями здоровья, удовлетворенность работой, мотивы поиска работы, содействие трудоустройству выпускников.

Social aspects of employment and social and labor adaptation of graduates with physical condition

Olga V. Laukart-Gorbacheva[1], Olga A. Maksimova[2]

[1]Department of Sociology, Political Science and Management, Kazan National Research Technical University named after A. N. Tupolev-KAI, Kazan, Russia
[2]Department of General and Ethnic Sociology, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, Russia

Abstract. The article is devoted to the analysis of the problem of social and labor adaptation and employment of graduates with physical condition, which is relevant in modern socio-economic conditions. We have conducted a sociological study, thanks to which we identified the main difficulties faced by graduates with physical condition in finding and choosing a job and in further employment. Despite the fact that the identified problems are largely characteristic of young specialists who has completed their studies at a university and has the first experience of job search and employment, there are a number of factors that complicate job search and employment for graduates with physical condition. Among these factors, we can single out a decrease in the variability of the choice of professional areas of activity, a decrease in opportunities for obtaining vocational education and further work; when choosing and looking for a job, applicants with disabilities are forced to focus on such aspects of future work as the availability of a job, a flexible work schedule, the availability of a specially equipped workplace, etc. The analysis allows us to propose, as an activation of the implementation of the principles of inclusion, adaptation of social space for effective socialization of the increasing number of people with disabilities in recent decades and their integration into the "big" society, to introduce promising foreign practices of the so-called "supported employment" of people with disabilities.

Keywords: employment, social and labor adaptation, graduates with physical condition, job satisfaction, job search motives, promotion of graduates' employment.

Введение

В современном российском обществе в последние десятилетия актуализируется проблема инклюзии лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), обусловленная рядом объективных факторов. По данным официальной статистики, отмечается постоянный рост численности детей с ОВЗ: количество состоящих на учете в системе пенсионного фонда Российской Федерации детей-инвалидов в 2011 г. составляло 541 тыс. человек, а к началу 2020 г. выросло до 670 тыс. человек. Наблюдается значительная динамика: за несколько лет число несовершеннолетних, признанных в результате первичного освидетельствования инвалидами, возросло в 1,24 раза (в 2013 г. данный показатель составил 70 734 человек, к началу 2020 г. — 88 002 человек); и в 1,13 раза — количество детей, повторно признанных инвалидами в результате переосвидетельствования (253 198 и 285 307 человек соответственно) [1].

Тенденция роста числа людей с ограниченными возможностями здоровья обусловливает необходимость адаптации социального пространства для эффективной социализации данной категории граждан и их интеграции в «большое» общество. Образование как один из важнейших институтов социализации в сложившихся условиях реализует инклюзивную образовательную модель, которая представляет собой долгосрочную стратегию, системный подход организации образовательного пространства в целом, касающийся всех уровней деятельности образовательной системы, ее структур и субъектов.

По данным Министерства образования и науки РФ и Министерства просвещения РФ, наблюдается постоянный рост количества студентов с ограниченными возможностями здоровья, обучающихся в образовательных организациях, осуществляющих образовательную деятельность по программам подготовки специалистов среднего звена, бакалавриата, специалитета и магистратуры. В 2013–2014 учебном году в колледжах и техникумах страны обучались 10 969 студентов с ограниченными возможностя-

ми, в вузах — 13 631, а в 2018–2019 учебном году число обучающихся данной категории составило 24 402 и 18 979 студентов соответственно [2]. В подобных условиях проблема формирования системы инклюзивного образования все больше актуализируется.

Однако, по мнению ряда исследователей, политика в этой области во всем мире все больше смещается в сторону выдвижения на первый план требований отчетности и рассмотрения образовательных учреждений как бизнес-организаций, управляемых менеджерами (менеджеристская модель). Как отмечают исследователи, политики все чаще позиционируют образование как бизнес-организацию, с заявлениями об ответственности и менеджменте, которые отвлекают внимание общества от социально значимой проблемы инклюзивного образования и подрывают его. При этом авторы призывают к формированию «образовательных инклюзивных сообществ», что предполагает положительное восприятие индивидуального многообразия и развитие активности детей и молодежи с ОВЗ в более широкой социальной среде [3]. Одной из целей формирования таких сообществ становится и будущее трудоустройство выпускников с ОВЗ.

Актуальность задач социально-трудовой адаптации обучающихся с ОВЗ, выбора профессии и дальнейшего их трудоустройства определена в достаточно большом количестве законов и постановлений федерального и локального уровней. Наиболее важны из них следующие: Федеральный закон от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [4], Федеральный закон от 24 ноября 1995 г. 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» [5], Распоряжение Кабинета министров Республики Татарстан от 17 августа 2009 года № 1012-р «О мерах по реализации прав детей-инвалидов на получение начального и среднего профессионального образования» [6]. Однако, несмотря на законодательное регулирование, в реальной жизни выпускники вузов и ссузов с ограниченными возможностями здоровья сталкиваются с серьезными проблемами при трудоустройстве, что актуализирует внимание исследователей к данной проблеме.

При этом, согласно выводам британских ученых, сформулированным на основе анализа мониторинговых исследований, инвалиды-выпускники университетов на рынке труда оказываются почти такими же успешными, как и их однокурсники без нарушений здоровья. Результаты их трудоустройства в целом оцениваются как положительные [7].

Актуальность темы обусловлена также тем, что трудоустройство выпускников и, в частности выпускников с ограниченными возможностями здоровья, является одним из важных факторов, в современных условиях непосредственно влияющих на экономическое благополучие страны и ее развитие в будущем. Трудоустройство выпускников вузов определяет эффективность работы образовательного учреждения, и особенно актуальным этот показатель становится в контексте перехода системы высшего образования к модели «университетов третьего поколения» [8]. Смена образовательной парадигмы, связанная с наступлением эпохи «академического капитализма», обусловливает активизацию рыночной или рыночно подобной деятельности университетов [9], усиливая требования потребителей образовательных услуг не только к качеству получаемого образования, но и к функционалу вузов по трудоустройству своих выпускников.

Материалы и методы

Актуальность проблемы обусловила постановку цели социологического исследования — выявление особенностей трудоустройства и социально-трудовой адаптации выпускников вузов с ОВЗ и инвалидностью.

В качестве объекта исследования выступили выпускники с ОВЗ и инвалидностью Казанского национального исследовательского технического университета им. А. Н. Туполева (КНИТУ-КАИ), завершившие обучение в период с 2010 по 2019 гг.

По данным ежегодно проводимого университетом мониторинга в исследуемый период среднее количество выпускников с ограниченными возможностями здоровья составило в среднем 17 человек в год. Характеристика выпускников по виду заболевания: 74 % относятся к категории слабослышащих, 22 % имеют соматическое заболевание и 4 % — нарушения опорно-двигательной системы и инвалидность по зрению. Характеристика выпускников по гендерному признаку: 64 % — мужчины, 36 % — женщины. Выборочная совокупность была определена на основе использования квотной выборки согласно имеющемуся соотношению групп выпускников по указанным признакам и составила 138 человек.

Предмет исследования — оценка выпускниками с ОВЗ и инвалидностью КНИТУ-КАИ особенностей их социально-трудовой адаптации и проблем при трудоустройстве на работу.

В качестве основного метода сбора первичной социальной информации был использован анкетный опрос. Опрос был проведен в мае–октябре 2020 г.

Результаты и обсуждение

В современных социально-экономических условиях важных фактором конкурентоспособности выпускников при трудоустройстве является наличие высшего образования. Однако сам по себе диплом о высшем образовании не дает стопроцентной гарантии трудоустройства, в частности, по полученной в вузе специальности, как для выпускников в целом, так и для выпускников с ОВЗ. Данная категория в связи с имеющимися ограничениями по здоровью уязвима, имеет более низкую конкурентоспособность при трудоустройстве по сравнению с выпускниками, не имеющими ограничений в трудовой деятельности. По мнению экспертов региональной общественной организации людей с инвалидностью «Перспектива», самостоятельно могут трудоустроиться не более 15 %, остальным выпускникам с ОВЗ и инвалидностью требуются индивидуальные маршруты поиска работы, специальные программы, учитывающие особенности каждого соискателя, и персональное сопровождение [10].

Согласно данным, полученным в ходе проведенного авторами социологического исследования, можно сделать вывод, что, по оценкам подавляющего большинства выпускников КНИТУ-КАИ с ОВЗ, состояние их здоровья в целом позволяет им трудиться: чуть менее половины респондентов отметили, что у них имеются связанные с их здоровьем ограничения в осуществлении трудовой деятельности (46 %), однако представители второй половины респондентов убеждены, что могут работать без каких-либо ограничений наравне с признанными здоровыми сотрудниками организации (53 %).

Большинство опрошенных выпускников в качестве основного побудительного мотива поиска работы отметили необходимость собственного материального обеспечения (89 %). Также важным мотивом трудоустройства для респондентов является самореализация (67 %). При этом профессиональное продвижение (23 %), общение (21 %) и необходимость обеспечения других членов семьи (20 %) являются менее популярными мотивами поиска работы для опрошенных выпускников.

Наиболее важными факторами при поиске и выборе потенциальной работы для опрошенных выпускников являются достойная заработная плата (71 %), соответствие будущей работы полученной в вузе специальности (53 %), транспортная доступность места предполагаемой работы (48 %), а также гарантии выполнения обязательств работодателя (42 %) (рис. 1).

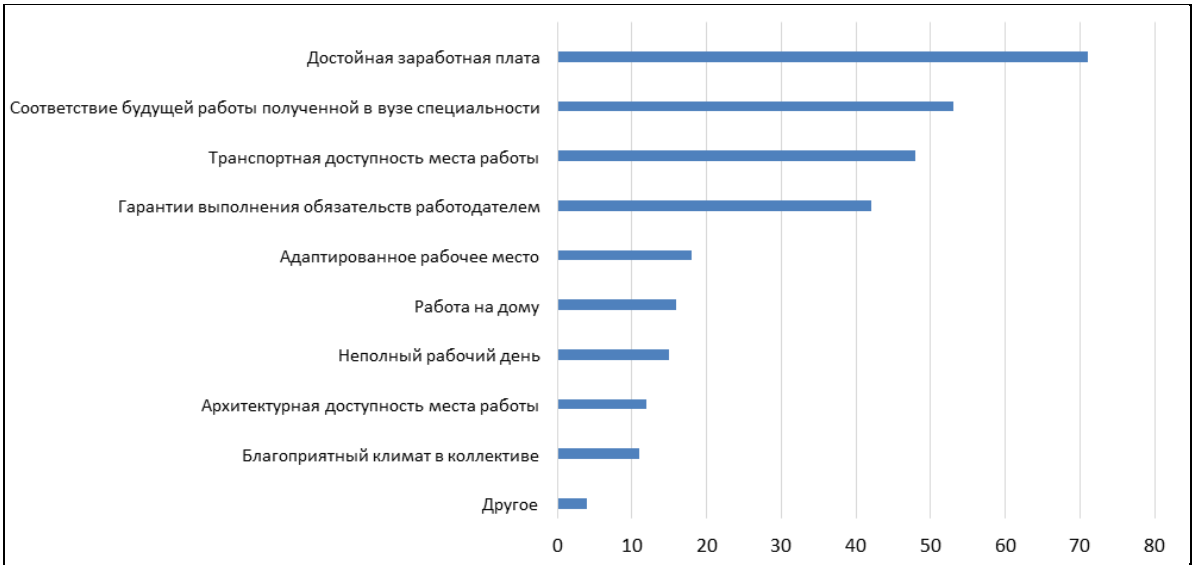


Рисунок 1. ***Основные факторы при поиске и выборе работы (в %)***

Отметим, что, по данным общероссийского опроса, проведенного ВЦИОМ в 2020 г., для россиян в возрасте 18–55 лет наиболее важными критериями выбора потенциальной работы являются следующие [11]:

- полное и своевременное выполнение работодателем своих обязательств перед работником (4,76 балла);
- хорошая заработная плата (4,62 балла);
- соблюдение при организации рабочего процесса норм безопасности (4,56 балла);
- возможность применения профессиональных навыков и знаний (4,55 балла);
- благоприятный социально-психологический климат в коллективе (4,44 балла).

Таким образом, опрошенные нами выпускники с ОВЗ указывают в основном на сходные с выпускниками без ограничений здоровья факторы, обусловливающие поиск места работы. Естественным является наличие специфических факторов, влияющих на выбор работы, так как имеющиеся у респондентов отклонения в состоянии здоровья

накладывают определенные ограничения и обусловливают важность связанных с ними факторов (возможностей перемещения и необходимости в дополнительном специальном оборудовании рабочего места).

В высших учебных заведениях, имеющих специальные образовательные программы по подготовке лиц с ограниченными возможностями здоровья, зачастую существуют специальные функциональные структуры, оказывающие содействие в поиске работы. В КНИТУ-КАИ функционирует отдел, цель которого состоит в осуществлении информационной и консультативной поддержки обучающимся и выпускникам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе по вопросам трудоустройства во время и после обучения, по оформлению всех необходимых документов и социальной адаптации в трудовом коллективе. Результатом данной работы является достаточно высокий процент трудоустроившихся выпускников с ОВЗ. В исследуемый период, по данным мониторинга КНИТУ-КАИ, среднее количество трудоустроившихся выпускников с ограниченными возможностями здоровья составляет 80 % от общего числа завершивших обучение студентов с ОВЗ.

В ходе опроса подавляющее большинство респондентов (86 %) отметили, что проводимая университетом работа по содействию их трудоустройству и социальной адаптации оказала существенную помощь в практике поиска и подбора места работы (рис. 2).

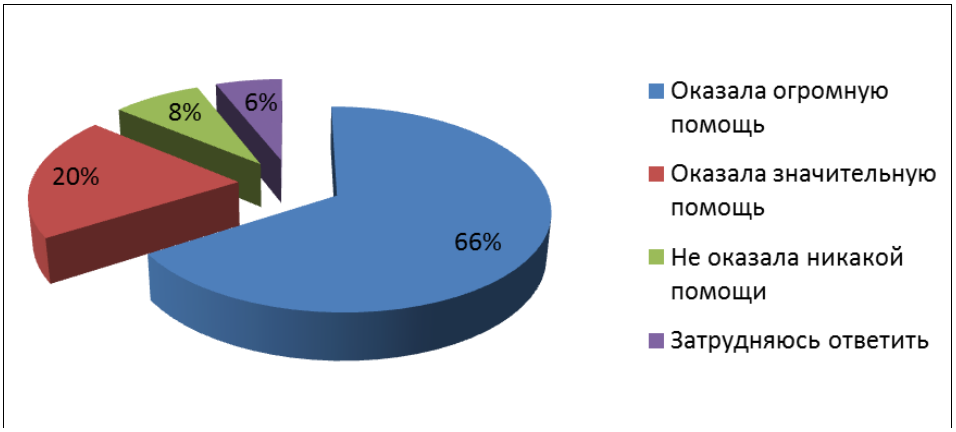


Рисунок 2. ***Процентное соотношение ответов на вопрос «Как Вы можете оценить работу по содействию в вопросах Вашего трудоустройства и социальной адаптации, проводимую университетом?»***

Согласно результатам исследования, наиболее часто проводимыми мероприятиями по содействию трудоустройства и социально-трудовой адаптации студентов с ОВЗ являются следующие:

- консультирование по правовым вопросам, стратегиям поиска работы и источникам информации об имеющихся на рынке труда вакансиях, оформлению необходимой при поиске и трудоустройстве документации, по вопросам эффективной коммуникации с работодателем и коллегами и другим психологическим и социальным аспектам трудовой адаптации (58 %);

- проведение ярмарок вакансий для студентов и выпускников с ограниченными возможностями здоровья и инвалидностью (46 %);
- организация и проведение различных тренингов и семинаров по вопросам социально-трудовой адаптации и трудоустройства (34 %).

Подавляющее большинство опрошенных (92 %) трудоустроено, лишь 8 % респондентов на момент проведения опроса указали на то, что они никогда не работали. Отметим, что выпускники с ОВЗ достаточно быстро находят работу, а каждый пятый опрошенный начал работать до окончания обучения в вузе (рис. 3).

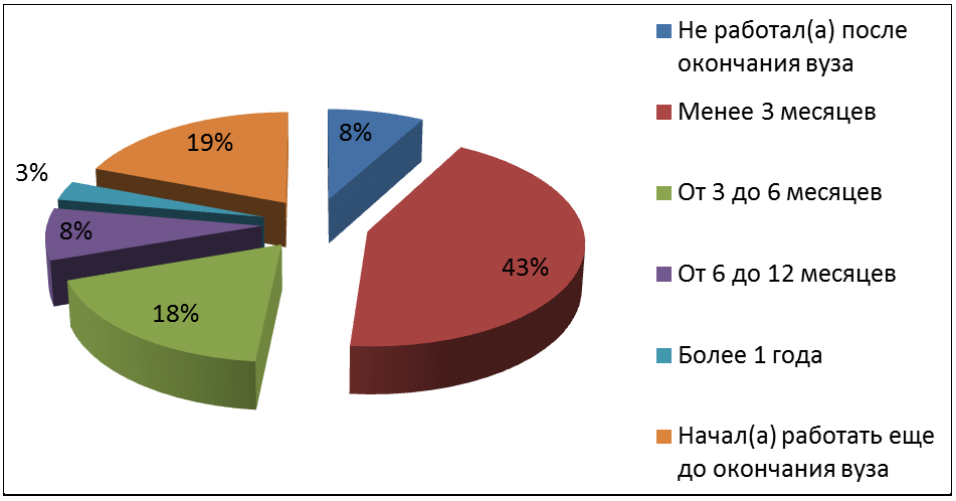


Рисунок 3. ***Затраченное респондентами время на поиск работы (в %)***

Согласно приведенным данным, 43 % респондентов нашли работу в течение менее чем трех месяцев после окончания вуза, 18 % — от 3 до 6 месяцев; в течение года после окончания вуза трудоустроились 8 % опрошенных и более одного года ушло на поиски работы лишь у 3 % респондентов.

Наиболее распространенными способами поиска работы у опрошенных являются обращение соискателей к рекламным объявлениям в Интернете (43 %), непосредственное обращение в компанию работодателя (31 %), обращение за помощью к родственникам, друзьям, знакомым (18 %). Не пользуются спросом у респондентов государственные центры занятости (3 %). Через общественные организации по работе с инвалидами удалось найти работу 5 % опрошенных.

По данным российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE), среди способов поиска работы ведущее место принадлежит таким факторам, как помощь друзей, знакомых (76,5 %), рекламные объявления в Интернете (62,6 %), обращение непосредственно к работодателю (49,4 %), помощь родственников (44,6 %) и поиск вакансий через традиционные печатные объявления (39,3 %). Непопулярными среди соискателей являются такие способы поиска работы, как обращение в государственные (24,3 %) и негосударственные (11,2 %) службы занятости [12].

Сравнивая приведенные данные, можно увидеть некоторые особенности приоритетных способов поиска работы у опрошенных выпускников и россиян в целом. В частности, значительно ниже уровень обращения выпускников с ОВЗ к родственным и дружеским связям. Однако, по нашему мнению, выявленные особенности можно отнести скорее к оказывающему влияние возрастному фактору (в рамках исследования НИУ ВШЭ было обследовано все взрослое население), нежели к специфике состояния здоровья и обусловленным им возможностям выпускников с ОВЗ.

Изучение удовлетворенности работой выпускников с ограниченными возможностями здоровья в авторском исследовании было выстроено таким образом, чтобы полученные данные можно было сравнить с данными общероссийского комплексного обследования условий жизни населения, проведенного Федеральной службой государственной статистики РФ в 2018 году.

По данным авторского исследования, двое из пяти опрошенных выпускников вполне удовлетворены уровнем заработной платы (41 %), около половины отметили, что они не вполне удовлетворены (47 %) и лишь один из десяти респондентов совсем не удовлетворен уровнем заработной платы (12 %). Сравнивая данные нашего исследования и общероссийского комплексного обследования, можно увидеть, что по данному показателю нет принципиальных различий в оценках респондентов. Причем оценки опрошенных об удовлетворенности уровнем получаемой заработной платы сходны как для населения в целом, так и для работающих респондентов с ограниченными возможностями здоровья (таблица).

Удовлетворенность работой респондентов общероссийского комплексного обследования [2] и авторского социологического исследования (в %)

	Вполне удовлетворен(а)	Не вполне удовлетворен(а)	Совсем не удовлетворен(а)
уровнем заработной платы			
Респонденты комплексного обследования	39	50	11
Респонденты с ОВЗ комплексного обследования	36	50	14
Респонденты авторского исследования	41	47	12
надежностью работы			
Респонденты комплексного обследования	70	26	4
Респонденты с ОВЗ комплексного обследования	71	25	4
Респонденты авторского исследования	73	24	3
выполняемыми обязанностями			
Респонденты комплексного обследования	76	22	2
Респонденты с ОВЗ комплексного обследования	79	18	3
Респонденты авторского исследования	78	20	2
режимом работы			
Респонденты комплексного обследования	82	16	2
Респонденты с ОВЗ комплексного обследования	87	11	3
Респонденты авторского исследования	90	9	1

Продолжение таблицы

	Вполне удовлетворен(а)	Не вполне удовлетворен(а)	Совсем не удовлетворен(а)
условиями труда			
Респонденты комплексного обследования	74	24	2
Респонденты с ОВЗ комплексного обследования	78	19	3
Респонденты авторского исследования	87	12	1
расстоянием до работы			
Респонденты комплексного обследования	71	25	4
Респонденты с ОВЗ комплексного обследования	76	20	4
Респонденты авторского исследования	81	16	3
профессиональная удовлетворенность			
Респонденты комплексного обследования	65	29	6
Респонденты с ОВЗ комплексного обследования	63	28	9
Респонденты авторского исследования	64	30	6
моральное удовлетворение			
Респонденты комплексного обследования	71	24	5
Респонденты с ОВЗ комплексного обследования	71	22	7
Респонденты авторского исследования	74	24	2

Показатель удовлетворенности респондентов анализируемых исследований надежностью работы также демонстрирует практически совпадающие данные. Большинство респондентов вполне удовлетворены надежностью имеющейся работы: опрошенные комплексного обследования — 70 %, опрошенные комплексного обследования с ОВЗ — 71 % и выпускники с ограниченными возможностями здоровья КНИТУ-КАИ — 73 % (см. табл.).

Большинство респондентов обоих исследований также демонстрируют удовлетворенность выполняемыми на работе обязанностями. Лишь каждый пятый опрошенный отметил, что не вполне удовлетворен обязанностями, которые необходимо выполнять в процессе своей трудовой деятельности: опрошенные комплексного обследования — 22 %, опрошенные комплексного обследования с ОВЗ — 18 % и выпускники с ограниченными возможностями здоровья КНИТУ-КАИ — 20 % (см. табл.).

Данные исследований по показателю удовлетворенности режимом трудовой деятельности свидетельствуют о наличии высокого уровня удовлетворенности респондентов режимом их работы и схожести в оценках опрошенных данного показателя. Более того, среди респондентов с ограниченными возможностями здоровья зафиксирован более высокий процент вполне удовлетворенных режимом своей трудовой деятельности: 87 % опрошенных комплексного обследования с ОВЗ и 90 % опрошенных авторского исследования против 82 % респондентов комплексного обследования, не имеющих ограничений по состоянию здоровья. Можно предположить, что соискатели с ограниченными возможностями здоровья заведомо уделяют больше внимания режиму трудовой деятельности при поиске и выборе работы, чаще устраиваются на работу с более гибким графиком и надомную работу.

Трое из четырех опрошенных комплексного обследования отметили, что вполне удовлетворены условиями своего труда (74 %), также большинство опрошенных комплексного обследования с ОВЗ вполне удовлетворены условиями труда (78 %). Среди опрошенных выпускников с ограниченными возможностями здоровья КНИТУ-КАИ данные по показателю удовлетворенности условиями труда еще выше (87 %) (см. табл.). Данный факт, на наш взгляд, может быть обусловлен тем, что лица с ОВЗ имеют определенные преференции, связанные с обязанностью работодателя оборудовать рабочее место работника с ограниченными возможностями здоровья в соответствии со спецификой возможностей и ограничений состояния его здоровья. Также высокий процент удовлетворенных условиями труда выпускников КНИТУ-КАИ связан с наличием у данной категории респондентов высшего образования и обусловленного этим фактом содержания и характера профессиональной деятельности.

Полученные в ходе анализируемых исследований данные также демонстрируют высокую долю опрошенных, удовлетворенных показателем удаленности работы от дома. Так, лишь каждый четвертый респондент комплексного обследования из группы здоровых (25 %) и каждый пятый респондент с ограниченными возможностями (20 %) отметили, что не вполне удовлетворены расстоянием пути от дома до работы. Выпускники с ОВЗ, опрошенные в ходе авторского исследования, чаще всего высказывали мнение о том, что вполне довольны расстоянием от дома до своей работы (81 %). Можно предположить, что соискатели с ограниченными возможностями здоровья уделяют больше внимания фактору удаленности работы при ее поиске и выборе, а также зависимости результатов данного показателя от типа населенного пункта, в котором проживает респондент. Так, опрошенные в ходе авторского исследования выпускники КНИТУ-КАИ проживают в крупной городской агломерации с развитой инфраструктурой общественного транспорта, что обусловливает более быструю и удобную возможность добираться до работы.

Анализ данных по показателю профессиональной удовлетворенности трудовой деятельностью респондентов показал, что почти каждый третий опрошенный в обоих исследованиях не вполне удовлетворен содержанием своего труда с точки зрения профессиональной составляющей (см. табл.). Фактически каждый десятый опрошенный с ОВЗ в рамках комплексного обследования (9 %) отметил, что совсем не удовлетворен данным аспектом своей трудовой деятельности. Более низкий процент был зафиксирован в ходе авторского исследования: 6 % опрошенных выпускников совсем не удовлетворены содержанием своего труда с точки зрения профессиональных ожиданий. Более высокий процент неудовлетворенных по данному показателю среди опрошенных с ограниченными возможностями здоровья может быть объяснен тем, что у лиц с ОВЗ в связи с ограничениями по состоянию здоровья имеется более узкий выбор вариантов профессиональной сферы деятельности.

Отметим, что по такому показателю, как моральное удовлетворение своей работой, опрошенные продемонстрировали большую степень удовлетворенности. В среднем лишь каждый четвертый респондент анализируемых исследований отметил, что не вполне морально удовлетворен имеющейся работой: 24 % здоровых респондентов комплексного обследования, аналогичный показатель у респондентов авторского исследования и 22 % — респонденты с ограниченными возможностями здоровья комплексного обследования.

В целом можно отметить, что, несмотря на достаточно высокий уровень неудовлетворенности респондентов общероссийского комплексного обследования и авторского исследования уровнем заработной платы, по другим основным показателям опрошенные продемонстрировали достаточно высокий уровень удовлетворенности.

Одна из задач авторского исследования — выявление мнений выпускников об основных источниках барьеров, групп проблем, препятствующих их успешному трудоустройству. В результате исследования, проведенного в Великобритании, выявлены следующие источники, затрудняющие трудоустройство соискателей с ограниченными возможностями здоровья [13]:

- в сфере экономики — недостаточное количество на рынке труда вакантных мест для соискателей с ОВЗ и инвалидностью и их слабая дифференциация по условиям и характеру труда, сокращение в государственном секторе рабочих мест для людей с ОВЗ в связи с экономическим кризисом;
- в сфере социальной политики — недостаточная ее проработанность, низкий уровень эффективности имеющихся национальных программ, декларативный характер ряда принятых законодательных актов и постановлений;
- в технологической сфере — ценовая недоступность специальных технологий, средств реабилитации и недостаточно развитая инфраструктура;
- в сфере установок и стереотипов людей — дискриминация со стороны работодателей по отношению к соискателям и работникам с ОВЗ, а также наличие коммуникационных барьеров у самих лиц с ОВЗ;
- в сфере образовательного потенциала — недостаток навыков, опыта, необходимого уровня квалификации и знаний у людей с ограниченными возможностями и инвалидностью.

Для выяснения мнений выпускников о существующих проблемах и барьерах, которые препятствуют успешному трудоустройству людей с ОВЗ, был задан ряд открытых вопросов. Анализ полученных данных показал схожесть для российского общества и Великобритании актуальных проблем трудоустройства людей с ограниченными возможностями и инвалидностью.

Наиболее часто встречались следующие высказывания, отражающие актуальные проблемы в сфере экономики: *«В организациях редко создаются нужные условия», «Для людей с ОВЗ трудно бывает найти подходящие условия, чтобы было удобно работать», «На рабочих местах не создаются специальные условия», «При поиске вакансий очень мало предложений для лиц с ОВЗ», «Очень редко в списках можно найти вакансии для нас», «У частников очень редко бывают вакансии для лиц с ОВЗ»* и т. д.

Недостаточная проработанность существующей социальной политики и ее, в ряде случаев, декларативный характер были отражены в следующих суждениях респондентов: *«По закону у людей с ограниченными возможностями здоровья есть много разных льгот, но на деле они не всегда работают», «Квотируемость рабочих мест в основном существует только на бумаге», «Работодатели на нашем рынке не заинтересованы брать людей с ограниченными возможностями здоровья», «Наше государство не заинтересовывает работодателей брать работников с ОВЗ, поэтому они нас воспринимают как работников с особенными потребностями и сложностями».*

В блоке проблем, связанных со сферой технологий, респондентами были отмечены следующие: *«Сейчас есть много разных приспособлений и аппаратов, но они очень дорогие», «Есть много новых разработок, которые могли бы облегчить жизнь и работу, но они недоступны», «Часто бывает так, что вакансия хорошая, но есть проблемы добраться», «Рабочее место редко когда приспособлено, из-за этого работать сложновато».*

Наиболее ожидаема была значительная доля высказываний и суждений о существовании определенных негативных установок и стереотипов со стороны работодателей по отношению к соискателям и сотрудникам с ОВЗ. Однако полученные результаты показали, что данная проблемная зона не столь актуальна для опрошенных выпускников. Данный факт можно объяснить наличием небольшого соискательского опыта и стажа работы у респондентов.

Выводы

Анализ результатов проведенного авторами исследования позволяет сделать вывод, что проблемы и трудности, которые возникают у выпускников с ограниченными возможностями здоровья, во многом являются характерными, типичными для молодых специалистов, завершивших обучение в вузе и имеющих первый опыт поиска работы и трудоустройства. Однако существует ряд факторов, осложняющих поиск работы и трудоустройство именно выпускников с ОВЗ: 1) наличие ограничений по состоянию здоровья, несомненно, обусловливает более узкий выбор вариантов профессиональной сферы деятельности для лиц с ОВЗ, ограничение возможностей на получение профессионального образования и дальнейшую трудовую деятельность; 2) при выборе и поиске работы соискатели с ОВЗ вынуждены ориентироваться на такие аспекты, как возможность относительно быстро добираться до места работы, гибкий, в том числе дистанционный, режим деятельности, специально оборудованное рабочее место, адаптированное к возможностям и ограничениям состояния здоровья кандидата на должность, наличие специально оборудованного входа в здание, удобство перемещения внутри него для маломобильных групп; 3) эффективность трудоустройства студентов с ОВЗ во многом зависит от активной деятельности вузов и других заинтересованных государственных, общественных организаций по содействию их социально-трудовой адаптации, поиску подходящих вакансий и дальнейшему устройству и др.

С целью активизации реализации принципов инклюзии, адаптации социального пространства для эффективной социализации возрастающего в последние десятилетия количества людей с ограниченными возможностями и их интеграции в «большое» общество, наш взгляд, целесообразно внедрять перспективные зарубежные практики так называемого «поддерживаемого трудоустройства» лиц с ОВЗ. Создание в российском обществе модели «поддерживаемого трудоустройства» позволит нивелировать актуальные проблемы и трудности, возникающие у выпускников и молодых специалистов с ограниченными возможностями здоровья в процессе поиска работы, трудоустройства и в период дальнейшей адаптации на новом рабочем месте, а также будет способствовать оперативному реагированию на вновь возникающие потребности соискателей и запросы работодателей.

Перспективной, на наш взгляд, интеграционной мерой, увеличивающей возможности трудоустройства выпускников с ОВЗ, являются развитие системы менее жестких форм занятости и расширение рынка фриланс-услуг (удаленная занятость, надомная работа, самозанятость и др.). Преимущества таких видов занятости: 1) работодателю не нужно будет обустраивать специальное рабочее место; 2) станет неактуальной проблема транспортной и архитектурной доступности места работы; 3) расширится спектр групп лиц с ОВЗ и инвалидностью, имеющих возможность трудоустройства, так, в частности, надомная работа является одним из немногих вариантов деятельности для лиц с инвалидностью I группы.

Библиографический список

[1] Федеральная служба государственной статистики РФ: [сайт]. – URL: https://www.gks.ru (дата обращения: 24.01.2021). – Текст : электронный.

[2] Социальное положение и уровень жизни населения России 2019 г. : статистический сборник / Росстат. – Москва, 2019. – URL: https://gks.ru/bgd/regl/b19_44/Main.htm. – Текст : электронный.

[3] Policy and challenges of building schools as inclusive communities / S. Curcic, S. L. Gabel, V. Zeitlin [et al.]. – DOI 10.1080/13603116.2010.496206. – Direct text // International Journal of Inclusive Education. – 2011. – Vol. 15, Issue 1. – P. 117–133.

[4] Российская Федерация. Законы. Об образовании в Российской Федерации : Федеральный закон № 273-ФЗ : [принят Государственной думой 21 декабря 2012 года : Советом Федерации 26 декабря 2012 года]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 24.01.2021). – Текст : электронный.

[5] Российская Федерация. Законы. О социальной защите инвалидов в Российской Федерации : Федеральный закон № 181-ФЗ : [принят Государственной думой 20 июля 1995 года : Советом Федерации 15 ноября 1995 года]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8559/ (дата обращения: 24.01.2021). – Текст : электронный.

[6] Распоряжение Кабинета министров Республики Татарстан от 17 августа 2009 года № 1012-р «О мерах по реализации прав детей-инвалидов на получение начального и среднего профессионального образования» : [утверждено Кабинетом Министров Республики Татарстан]. – URL: https://docs.cntd.ru/document/917034544 (дата обращения: 24.01.2021). – Текст : электронный.

[7] Riddell, S. Disabled students in higher education: discourses of disability and the negotiation of identity / S. Riddell, E. Weedon. – DOI 10.1016/j.ijer.2013.02.008. – Direct text // International Journal of Educational Research. – 2014. – Vol. 63. – P. 38–46.

[8] Russian Education in the Context of the Third Generation Universities' Discourse: Employers' Evaluation / O. Maximova, V. Belyaev, O. Laukart-Gorbacheva [et al.]. – Direct text // International Journal of Environmental and Science Education. – 2016. – Vol. 11, Issue 16. – P. 9101–9112.

[9] Slaughter, S. Academic Capitalism : Politics, Policies, and the Entrepreneurial University / S. Slaughter, L. L. Leslie. – Direct text. – Baltimore, MD : Johns Hopkins University Press, 1997. – 422 p.

[10] Региональная общественная организация людей с инвалидностью «Перспектива» : [сайт]. – URL: https://perspektiva-inva.ru/ (дата обращения: 24.01.2021). – Текст : электронный.

[11] Самые привлекательные работодатели России : народный рейтинг. – Текст : электронный // Официальный сайт ВЦИОМ. – URL: https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=10674 (дата обращения: 24.01.2021).

[12] Вестник Российского мониторинга экономического положения и здоровья населения НИУ ВШЭ (RLMS-HSE). Вып. 10 : сборник научных статей / Отв. ред. П. М. Козырева. – Москва : Высшая школа экономики, 2020. – 142 с. – Текст : непосредственный.

[13] Sainsbury, R. Labour market participation of persons with disabilities – how can Europe close the disability employment gap? / R. Sainsbury. – Text : electronic // The Right to Work of Persons with Disabilities – International Perspectives University of Kassel, 8–10 March 2017. – URL: http://www.the-right-to-work.com/files/2017/plenum/ Tag2/Sainsbury 09_03_2017_Kassel.pdf (дата обращения: 24.01.2021).

References

[1] Federal State Statistics Service of the Russian Federation. (In English). Available at: https://www.gks.ru

[2] Sotsial'noe polozhenie i uroven' zhizni naseleniya Rossii 2019 g.: statisticheskiy sborni. (2019). Rosstat. Moscow. (In Russian). Available at: https:// gks.ru/bgd/regl/b19_44/Main.htm

[3] Curcic, S., Gabel, S. L., Zeitlin, V., Cribaro-DiFatta, S. & Glarner, C. (2011) Policy and challenges of building schools as inclusive communities. International Journal of Inclusive Education, 15(1), pp. 117-133. (In English). DOI: 10.1080/13603116.2010.496206

[4] Rossiyskaya Federatsiya. Zakony. Ob obrazovanii v Rossiyskoy Federatsii: Federal'nyy zakon No 273-FZ. (In Russian). Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/

[5] Rossiyskaya Federatsiya. Zakony. O sotsial'noy zashchite invalidov v Rossiyskoy Federatsii: Federal'nyy zakon No 181-FZ. (In Russian). Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_8559/

[6] Rasporyazhenie Kabineta ministrov Respubliki Tatarstan ot 17.08.2009 No 1012-r "O merakh po realizatsii prav detey-invalidov na poluchenie nachal'nogo i srednego professional'nogo obrazovaniya". (In Russian). Available at: https://docs.cntd.ru/document/917034544

[7] Riddell, S., & Weedon, E. (2014). Disabled students in higher education: discourses of disability and the negotiation of identity. International Journal of Educational Research, 63, pp. 38-46. (In English). DOI: 10.1016/j.ijer.2013.02.008

[8] Maximova, O., Belyaev, V., Laukart-Gorbacheva, O., Nagmatullina, L., & Hamzina, G. (2016). Russian Education in the Context of the Third Generation Universities' Discourse: Employers' Evaluation. International Journal of Environmental and Science Education, 11(16), pp. 9101-9112. (In English).
[9] Slaughter, S., & Leslie, L. L. (1997) Academic Capitalism: Politics, Policies, and the Entrepreneurial University. Baltimore, MD, Johns Hopkins University Press, 422 p. (In English).
[10] Regional'naya obshchestvennaya organizatsiya lyudey s invalidnost'yu "Perspektiva". (In Russian). Available at: https://perspektiva-inva.ru/
[11] Samye privlekatel'nye rabotodateli Rossii: narodnyy reyting. (In Russian). Available at: https://old.wciom.ru/index.php?id=236&uid=10674
[12] Kozyreva, P. M. (Ed.). 2020. Vestnik Rossiyskogo monitoringa ekonomicheskogo polozheniya i zdorov'ya naseleniya NIU VSHE (RLMS HSE). Vypusk 10. Moscow, Vysshaya shkola ekonomiki Publ., 142 p. (In Russian).
[13] Sainsbury, R. (2017). Labour market participation of persons with disabilities – how can Europe close the disability employment gap? The Right to Work of Persons with Disabilities - International Perspectives University of Kassel, March, 8-10, 2017. (In English). Available at: http://www.the-right-to-work.com/files/2017/plenum/Tag2/Sainsbury09_03_2017_Kassel.pdf

Получена / Submitted: 29/03/2021
Доработана / Revised: 13/04/2021
Принята к публикации / Accepted: 29/04/2021

DOI: 10.31660/1993-1824-2021-2-49-69

УДК 316.334.56(571.12-21)

Умный город, власть и население: субъектно-объектные взаимодействия

Борис Максимович Лихтенштейн[1], Олег Федорович Данилов[2], Дарья Александровна Костырева[1]

[1]Кафедра маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия
[2]Кафедра автомобильного транспорта, строительных и дорожных машин, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия

Аннотация. Статья посвящена рассмотрению проблемных вопросов реализации проектов умных городов в Российской Федерации, анализируются наработанный опыт и способы оценки результатов, позволяющие вести мониторинг данных процессов. Рассмотрены проблемные вопросы и риски, касающиеся оценки поведения горожан, являющихся потенциальными выгодоприобретателями программ развития «Умный город». Проанализированы различные системы индикаторов и рейтингов, позволяющих оценить эффективность реализации программ «Умный город» в России и за рубежом. На основе результатов эмпирических исследований практики реализации программы «Умный город» в г. Тюмени сформированы выводы о необходимости создания расширенных возможностей для осуществления декларируемых намерений активных жителей по устойчивому развитию территории и выстраиванию приоритетов в этой деятельности.

Ключевые слова: информатизация, «Умный город», большие данные, городское население, технологические и социальные инновации, интернет-ресурсы, социологические опросы, рейтинги и индикаторы, управленческие взаимодействия.

Smart city, executive power and population: ecosystem interactions

Boris M. Likhtenshtein[1], Oleg. F. Danilov[2], Daria A. Kostyreva[1]

[1]Department of Marketing and Government Administration, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russia
[2]Department of Road Transport, Construction and Road Machines, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russia

Abstract. The article is analyzing key challenges, associated with "Smart City" programs implementation in Russia. As a part of the analysis, authors assess the experience, accumulated across "Smart City" initiatives, to draw learnings and "best practices" for measuring successful execution, and identifying effective mechanisms for ongoing performance monitoring. In addition, risks and challenges, related to the behavior of citizens as potential beneficiaries of the "Smart City" development programs are reviewed. An extensive analysis of "Smart City" projects success metrics and ratings was performed, based on the implementation data from Russia and abroad. Based on the results of empirical

studies of the practice of implementing the "Smart City" program in Tyumen, conclusions were drawn about the need to create expanded opportunities for the implementation of declared intentions of active residents for sustainable territory development and priority settings for successful execution.

Keywords: informatization, "Smart City", big data, urban population, technological and social innovations, Internet resources, surveys/opinion polls, ratings and indicators, management interactions.

Введение

Современная демография определяет особую роль городов как центров опережающего развития территорий и сферу притяжения разнообразных интересов жителей. Поэтому проблемы устойчивого развития городов находятся в центре внимания широкого круга исследователей.

Эти проблемы усугубляются возрастающим уровнем износа городских инфраструктур, дефицитом бюджетных средств для их обновления и модернизации, ухудшающейся экологией в процессе хозяйственной деятельности и изменением требований к качеству городской среды.

При разработке методов разрешения проблемных ситуаций приходится постоянно искать разумные компромиссы, баланс между ресурсными возможностями потребления и обеспечения комфортного проживания горожан. При этом необходимо обеспечивать и возможности для устойчивого развития территории.

Организацией Объединенных Наций (ООН) по результатам многолетних международных исследований и обсуждений определены 17 основных целей устойчивого развития городов и периодически оцениваются приоритеты важности конкретных целей из этого списка для жителей разных стран.

По данным международной исследовательской организации Ipsos при оценке важности целей устойчивого развития на массиве выборки из 28 стран, в России на первом месте с одинаковыми значениями в 91 % оказались Цель 2 (ликвидация голода) и Цель 3 (хорошее здоровье и благополучие). Далее в рейтинге показателей идут Цель 1 (ликвидация нищеты), Цель 6 (чистая вода и санитария), Цель 11 (устойчивые города и населенные пункты) и Цель 9 (индустриализация, инновации и инфраструктура) [1].

Эти результаты показывают востребованность идей устойчивого индустриального развития территорий в массовом сознании населения нашей страны.

Стратегия устойчивого развития ООН выделяет 4 основных мировых тренда, влияющих на развитие городов:

- урбанизация и демографические изменения;
- технологический прогресс и структурные изменения в экономике;
- техногенная нагрузка на окружающую среду и возрастающий дефицит природных ресурсов;
- глобализация, усиление экономических связей и мобильности населения [2].

По данным ООН, городское население в мире составляет более 55 %. При этом эксперты прогнозируют рост этого показателя к 2050 году до 68 % [1], что предопреде-

ляет повышенное внимание исследователей к изучению стратегий социально-экономического развития городских территорий.

Современный инновационный путь решения комплекса проблем развития городов в мире описывается концепцией «Умный город», которая формируется как результат масштабного развития информационно-коммуникационных технологий и соответствующего удешевления технических средств для их реализации.

В общем смысле «Умный город» предполагает обеспечение оперативного сбора и обработки разнообразной объективной информации обо всех процессах, влияющих на жизнь города, и, формирование на основе данной информации управленческих воздействий.

«Умный город» предусматривает широкое использование информационно-коммуникационных технологий, работу с большими информационными массивами, и, самое главное, налаженную систему организационного взаимодействия всех субъектов — участников происходящих в городе процессов: власть, бизнес, население [3].

Проекты внедрения технологий умного города осуществляются в России и в мире, как правило, в пилотном режиме, и в порядке эксперимента отрабатываются как техника, так и технологии взаимодействия всех заинтересованных участников.

Примерами такого рода проектов могут быть уличное освещение, мониторинг систем транспортного сообщения, видеофиксация и управление дорожным движением, мониторинг экологической ситуации в городе, системы сбора и утилизации бытовых и хозяйственных отходов, навигация перемещения людских потоков, анализ данных социальных медиа.

Одним из основополагающих принципов умного города является ориентация на удовлетворение потребностей и интересов жителей. Современные горожане все чаще начинают воспринимать город как набор сервисов, обеспечивающих возможности жизни, работы и межличностного взаимодействия [3].

Анализ основных тенденций и результатов, полученных при реализации проектов и программ «Умный город» в России показывает, что развиваются в первую очередь те технологии, которые либо быстро окупаются, либо позволяют решать социальные проблемы, обеспечивая контроль за деятельностью горожан. К последним относятся системы видеонаблюдения, различные решения в энергетической сфере, современные приборы учета ресурсов, автоматически передающие показания, решения по управлению дорожным движением и оптимизации транспортных потоков [4].

Для того чтобы объективно оценивать результаты использования такого рода технологий и их влияние на комплексные характеристики развития городов, необходимо определиться как с основными критериями оценки, так и с перечнем показателей, которые могли бы объективно и достоверно описывать динамику происходящих изменений.

Дополнительные трудности в разработке системы организации такого рода мониторинга вызывает то обстоятельство, что очень немногие города в мире и в нашей стране могут разрабатывать и реализовывать программы «Умный город» с «чистого листа», как это было сделано на новых территориях в Южной Корее (г. Сонгдо), Японии (Фудзисава, Суйта), России (Иннополис), Канаде (Sidewalk Toronto), Арабских Эмиратах (Sustainable City) и ряде других стран.

Большинство современных городов имеют историю, несут в себе накопившийся в течение ряда лет груз проблем инфраструктурного и социально-экономического характера, создающий определенные трудности при разработке и внедрении технологий умного города и адаптации к использованию этих технологий широкого круга стейкхолдеров, важнейшим из которых является население.

Поэтому рассмотрение основных подходов, позволяющих достигнуть баланса в учете интересов всех участников процессов реализации программ «Умный город» в российских условиях и построении эффективной системы оценки результатов, является актуальным и востребованным.

Материалы и методы

Согласно поставленной цели и сформулированным задачам в работе использованы общенаучные методы анализа и синтеза (диалектический, системный, синергетический). Это способствовало комплексному рассмотрению ситуации и объективному рассмотрению основных факторов, влияющих на состояние городской среды в процессе разработки и внедрения в практику подходов «умного города».

Материалом для исследования послужили научные статьи, монографии, публикации отечественных и зарубежных ученых, нормативно-правовые акты национального и международного законодательства в исследуемой сфере, экспертные аналитические обзоры ведущих международных и российских аналитических центров, таких как Центр стратегических разработок «Северо-Запад», Центр городских исследований IEMS Сколково, компания McKinsey, Институт национальных проектов Российской венчурной компании.

В статье использованы аналитические материалы двенадцатой сессии группы специалистов по политике в области инновационной деятельности и конкурентоспособности Европейской экономической комиссии по теме «Умные и устойчивые города: роль управления и инновационной политики» (Женева, декабрь 2019 г.), исследования социокультурных факторов инновационной активности населения, проведенные Российской венчурной компанией (2019 г.), материалы аналитического отчета компании Pricewaterhouse Coopers «Пространство города для человека. Исследование уровня и динамики градостроительного развития крупнейших мегаполисов мира», результаты работ, выполненных в рамках Национального проекта РФ «Жилье и городская среда», Национальной технологической инициативы, проекта цифровизации городского хозяйства «Умный город» Минстроя РФ, а также эмпирические материалы, полученные авторами в процессе проведения исследования проблемных вопросов реализации стратегии «Умный город» в Тюмени.

Результаты и обсуждение

В настоящее время инфраструктура городов все больше цифровизируется, растет количество информационных систем, фиксирующих результаты изменений, связанных с коллективным и индивидуальным поведением жителей.

При этом отмечается, что активным сбором «больших данных» о горожанах и городе в целом активно занимаются не только органы власти и управления городов, но и крупные компании негосударственного сектора экономики:

- операторы мобильной связи, осуществляющие геолокацию и трафик абонентов;
- поисковые системы, собирающие и систематизирующие информацию по запросам и активности интернет-пользователей;
- электронные социальные сети, осуществляющие фиксацию пользовательского поведения и анализ для целей маркетинга, «цифровых следов» пользователей;
- поставщики и агрегаторы транспортных услуг (Яндекс.Go, Uber, такси «Олимп», «Везет» и другие субъекты данной сферы, работающие с массивами данных, позволяющих прогнозировать транспортное поведение пользователей и проводить аналитику транспортной загруженности);
- торговые сети (анализ покупательской активности по персональным дисконтным картам) [5].

В результате такие компании часто становятся обладателями несравнимо больших по объему и структурированию массивов данных о городском населении и инфраструктуре, чем властные структуры городов.

В этой связи вопросы выстраивания баланса интересов и интеграции негосударственных игроков информационного рынка больших данных и органов местного самоуправления территорий приобретают особую значимость.

Ситуация не является критической, поскольку в России основным инвестором в проекты умных городов является бюджет государства, территории или федеральных компаний с участием государства (Ростелеком, Ростех, Росатом), но требует к себе внимания [6].

Города, реализуя программы развития, различаются между собой уровнем ресурсного обеспечения, организационным, научным и интеллектуальным потенциалом территории, уровнем образования и социальной активности жителей. Это предопределяет различную скорость внедрения инноваций и потенциально ведет к росту «цифрового неравенства».

Как справедливо констатирует А. В. Одинцов, если раньше под «цифровым неравенством» понимались неравный доступ граждан и организаций к сети Интернет в целом, к высокоскоростному мобильному Интернету, различия в уровне компьютерной грамотности между поколениями, то теперь общество получает некое подобие «информационной классовой структуры» [5].

По классификации Л. Мановича, в результате массированного внедрения цифровых технологий во все сферы жизни можно наблюдать появление 3 новых видов структурных образований в обществе:

1) генераторы данных (простые пользователи — граждане, оставляющие цифровые следы своей активности в различных социальных сетях, приложениях и других агрегаторах данных);
2) интеграторы данных (владельцы серверов и приложений);

3) аналитики данных (те, кто имеет вычислительные возможности, собственный опыт и средства интеллектуального анализа оперативной обработки «больших данных») [7].

Понятны потенциальные приоритеты и статусы в этой классификации, при том что все эти субъекты взаимозависимы. Одни не могут существовать без других, так как информационные потоки нуждаются в постоянном обновлении.

Очевидно, что сегодня органы исполнительной власти и население большинства городов являются простыми генераторами «больших данных», а аналитика и использование данных — сферой деятельности крупных игроков рынка, влияющих в том числе и на решения, связанные с развитием территорий.

Исходя из этого, необходимо учитывать при реализации проектов «Умный город» основные виды рисков, с которыми могут столкнуться жители [5]:

- цифровое неравенство и риск появления нового жесткого инструмента контроля в повседневной жизни;
- формальность в учете мнений горожан и местных сообществ при принятии решений о развитии города;
- реализация конкретных проектов «Умный город» исключительно исходя из интересов политических и экономических элит;
- замещение вопросами технической и технологической реализации программы «Умный город» социальной и политической повестки развития территории;
- игнорирование культурных и социальных особенностей каждого отдельного города в угоду принятия унифицированных решений;
- технические и технологические риски, связанные с информационной безопасностью, утечкой данных, зависимостью работоспособности систем жизнеобеспечения от информационной инфраструктуры.

Чтобы иметь информацию, позволяющую прогнозировать и диагностировать возможности проявления отдельных элементов тех или иных из перечисленных рисков, в систему контроля и анализа хода реализации проектов создания умных городов в России, необходимо приоритетно вводить расширенные перечни показателей, характеризующих происходящие в жизни города изменения.

Обычно эксперты рассматривают 3 основных сценария действий при реализации стратегий создания и развития проектов «Умный город»: централизованный вариант, децентрализованный вариант и вариант локальных действий [6].

При централизованном варианте государство в лице своих территориальных структур берет на себя роль основного организатора всех процессов, становится владельцем формирующихся информационных баз данных, используемых для анализа и управления, цифровых платформ и формирующейся на их основе единой цифровой экосистемы города.

Муниципалитет города, как правило, совместно с правительством региона мобилизует все доступные ресурсы и привлекает к реализации проектов широкий круг заинтересованных субъектов — бизнес-структуры, технологические и сервисные компании, различного рода ассоциации, координирует их действия по внедрению умных технологий во все сферы городского хозяйства.

Таким образом, органы власти выступают инициаторами разработки комплексного проекта по реализации концепции умного города в целом, либо проекта по масштабной технологической модернизации инфраструктуры.

При этом, как правило, создается единый центр контроля за текущей ситуацией в городе на основе получаемых информационных данных в режиме реального времени.

Второй вариант сценария — децентрализованный. Разрабатываются и внедряются отдельные корпоративные технологические проекты (строительство умных домов и умных кварталов, реализация проектов в сфере энергоэффективности, интеллектуализации отдельных элементов транспортной инфраструктуры, систем водоснабжения и т. п.). Органы местного самоуправления выступают акселераторами, обеспечивающими инвестиционную привлекательность города для внедрения умных технологий.

Инвесторы, как правило, концентрируют информационные данные, генерируемые городскими службами и индивидуальными пользователям. В результате на основе этих данных создаются новые сервисы, полезные как органам власти, так и жителям города.

Третий вариант сценария предусматривает осуществление локальных скоординированных действий по реализации технологий умного города со стороны органов местного самоуправления и других заинтересованных субъектов.

Тем самым формируется децентрализованная система управления внедрением технологий умного города.

Проекты внедрения технологий умного города требуют значительных затрат, поэтому часто рассматриваются возможности их реализации в форме государственно-частного партнерства, в котором участвуют крупные корпорации.

В настоящее время в мире накоплен определенный опыт, позволяющий оценивать эффективность действий по созданию умных городов, разработаны различного рода рейтинговые системы для анализа полученных результатов, включающие в себя комплексы контролируемых показателей.

Основные требования, предъявляемые к индикаторам, используемым в данных системах, предусматривают обеспечение достоверности и объективности полученных данных, их открытости и доступности, то есть каждый выбранный индикатор является мерой, с помощью которой показывают изменения, произошедшие в ситуации, или результаты, достигнутые в результате работы по программе.

Проблема выбора комплексной и сбалансированной системы индикаторов носит всеобъемлющий характер и в то же время требует учета индивидуальных особенностей городов.

Так, в Евросоюзе с 2017 года разработаны и применяются ключевые показатели эффективности умных городов, имеющие рекомендательный статус, и каждый город, который декларирует развитие в направлении «умного», их использует. Таких городов в Европе около 600 [4].

Использование такого рода показателей позволяет городам оценивать достигнутые результаты в рамках различных международных рейтингов, таких как, например, международный индекс Easypark Smart Cities Index, применяемый для сравнительной оценки уровня реализации проектов умных городов в различных странах мира.

По состоянию на 2019 год в данном рейтинге присутствует из России только Москва (97-е место с индексом 4,29 при индексе лидера — 7,63; годом ранее, в 2018 году было 98-е место), а в первую десятку входят как крупные столичные города (Осло — 1-е место, Амстердам — 3-е, Копенгаген — 4-е, Стокгольм — 5-е), так и небольшие города (Берген, Оденсе из Норвегии и Дании).

Интересно, что в 2018 году малые города были более значимо представлены в этом рейтинге, причем занимали лидирующие позиции.

Данный индекс формируется по 24 параметрам, объединенным в группы:

- показатели устойчивости, оценивающие потребление энергии, умные здания, систему переработки отходов, состояние защиты окружающей среды;
- показатели, характеризующие систему управления городом (уровень участия жителей, цифровизация процессов управления, городское планирование, информатизация образования);
- показатели инновационности экономики (состояние экосистемы ведения бизнеса);
- показатели, характеризующие уровень цифровизации города (скорость Интернета, покрытие Wi-Fi, использование смартфонов, кибербезопасность);
- показатели, характеризующие уровень жизни в городе (расходы и доходы при ориентации на уровень ВВП на душу населения);
- показатели, характеризующие транспорт и мобильность на территории (умные парковки, каршеринг, общественный транспорт, инвестиции в инфраструктуру относительно численности населения) [8].

В роли экспертов выступают 220 000 журналистов, специализирующихся в области технологий и городского планирования из 120 лучших по рейтингу городов.

Авторитетным является международный рейтинг, формируемый швейцарским Международным институтом управленческого развития (IMD Business School). Первые позиции в рейтинге 2020 года занимают Сингапур, Хельсинки, Цюрих, Окленд и Осло. В этом рейтинге в 2020 году из российских городов в первой сотне присутствуют Москва и Санкт-Петербург [9].

Москва, являясь безусловным лидером по цифровизации городского хозяйства в России, занимает в этом рейтинге 56-ю позицию. По сравнению с 2019 годом Москва продемонстрировала положительную динамику, зафиксирован рост на 16 пунктов, что является безусловным достижением, потому что в 2020 году дополнительно принималось во внимание при расчете рейтинга и то, как городская инфраструктура умного города помогает в ситуации, связанной с распространением коронавируса. Санкт-Петербург находится на 73-м месте, на котором был и в 2019 году.

В рейтинге умных городов Smart Centres Index [10] Москва занимает по итогам 2020 года 44-е место. Этот рейтинг рассчитывается по 126 статистическим и индексным показателям и подкрепляется экспертными оценками, характеризующими состояние инновационных процессов в городах.

В 2017 году в России АО «Национальный исследовательский институт технологий и связи» было проведено исследование уровня развития технологий умного города, которое на основе открытых данных по 16 крупным городам РФ позволило разработать

систему из 26 взаимосвязанных индикаторов, характеризующих города по 7 направлениям: «Умная экономика», «Умное управление», «Умные жители», «Умные технологии», «Умная среда», «Умная инфраструктура» и «Умные финансы» [11].

Таблица 1

Показатели индекса цифровой жизни российских городов МШУ «Сколково» [12]

Сфера	Предложение	Спрос
Транспорт	Количество видов общественного транспорта в городе, отображаемых в виде расписаний в «Яндекс. Транспорт». Наличие электронных табло с движением транспорта на остановках. Наличие местных интернет-сайтов с онлайн-расписанием транспорта	Поисковые запросы «онлайн-расписание транспорта» и все возможные связанные комбинации в Google и Yandex за месяц на 1 000 населения в городе
Финансы	Количество отделений банков, входящих в топ-10 рэнкинга онлайн-банков MarksWebb на 1 000 населения	Поисковые запросы «онлайн- / интернет- / мобильный банк» и все возможные связанные комбинации в Google и Yandex за месяц на 1 000 населения в городе
СМИ	Индекс цитирования топ-5 региональных СМИ на основании http:// www.mlg.ru/ratings/regional_media/3745/0/0/2/	Количество активных аккаунтов в социальных сетях ВК, «Одноклассники», Facebook, «Мой Мир» на 1 000 жителей города
Торговля	Количество пунктов доставки компаний электронной торговли, входящих в топ-10 рэнкинга ruward.ru/ecommerce-index — 2015 на 1 000 населения	Поисковые запросы «онлайн- магазин» за исключением комбинаций со словами «открыть/купить/создать» и все возможные связанные комбинации в Google и Yandex за месяц на 1 000 населения в городе
Здравоохранение	Формализованная оценка функциональности сайта 5 крупнейших по количеству посещений городских больниц, начисление баллов за каждый работающий элемент в чек-листе	Поисковые запросы «онлайн-визит/запись/расписание к врачу/в поликлинику/в больницу» и все возможные связанные комбинации в Google и Yandex за месяц на 1 000 населения в городе Поисковые запросы «онлайн-аптека» и все возможные связанные комбинации в Google и Yandex за месяц на 1 000 населения в городе
Образование	Количество удаленных курсов местных университетов на следующих платформах: Coursera, Universarium, Lectorium и Uniweb — среднее на 1 университет в городе	Поисковые запросы «высшее образование онлайн», «университетский курс онлайн», запросы названий четырех популярных платформ МООС и все возможные связанные комбинации в Google и Yandex за месяц на 1 000 населения в городе
Администрация	Формализованная оценка функциональности сайта городской администрации, начисление баллов за каждый работающий элемент в чек-листе	Аудитория портала городской администрации в % от населения города. Поисковые запросы «городская администрация», «госуслуги» и все возможные связанные комбинации в Google и Yandex за месяц на 1 000 населения в городе

Предложенная система показателей позволяет рассматривать степень цифровизации города в разных плоскостях, оценивать уровень развития, и, что особенно важно, сравнивать между собой различные города как в целом, так и отдельно по каждому параметру.

При этом констатируется, что в рамках конкретного города перечень индикаторов может быть расширен с учетом специфики развития территории и необходимости оценки динамики контролируемых процессов развития.

В этой связи представляют интерес работы по оценке «Индекса цифровой жизни российских городов», выполненные в МШУ «Сколково» (табл. 1).

Предложенный индекс учитывает семь сфер применения цифровых технологий: транспорт, финансы, торговля, здравоохранение, образование, медиа, государственное управление. Показатели подобраны таким образом, чтобы учитывать одновременно и спрос, и предложение на объекты цифровой инфраструктуры [12].

Оценки по данным методикам пилотных проектов умных городов, реализуемых в России, послужили эмпирической базой для комплекса исследований, ориентированных на создание нормативной базы, призванной регулировать процессы развития качества городской среды, координатором которой Правительством Российской Федерации было определено Министерство строительства и жилищно-коммунального хозяйства (Минстрой РФ).

Ведомственный проект Минстроя РФ «Умный город» реализуется в рамках национального проекта «Жилье и городская среда» и национальной программы «Цифровая экономика» с участием ПАО «Ростелеком», госкорпораций «Ростех» и «Росатом» и предусматривает координацию на федеральном уровне региональных проектов «Умный город».

Национальный проект «Жилье и городская среда» предусматривает кроме всего прочего создание механизма прямого участия граждан в формировании комфортной городской среды, увеличение доли граждан, принимающих участие в решении вопросов развития городской среды, до 30 %.

В процессе реализации данного проекта планируется создание механизмов развития комфортной городской среды, комплексного развития городов и других населенных пунктов с учетом индекса качества городской среды.

В рамках реализации проекта «Умный город» Приказом Минстроя РФ № 924 от 31 декабря 2019 года для анализа хода и эффективности цифровой трансформации городского хозяйства в Российской Федерации была утверждена и введена в действие методика оценки IQ городов [13].

Предлагаемая методика призвана оценить уровень цифровой трансформации городского хозяйства в виде интегрального значения индекса IQ городов, являющегося суммой 10 субиндексов по 10 ключевым аспектам жизнедеятельности и социально-экономического развития умных городов, таким как городское управление, инновации для городской среды, интеллектуальные системы общественной безопасности, инфраструктура сетей связи, умное ЖКХ, умный транспорт, системы экологической безопасности, экономическое состояние и инвестиционная политика, интеллектуальные системы оказания социальных и сервисных услуг.

Всего в рейтинге учитываются 47 показателей по данным 10 направлениям. Цель оценки индекса IQ городов — сопоставление и ранжирование городов Российской Федерации по уровню цифровой трансформации; определение основных направлений и элементов цифровой трансформации города, оказывающих наибольшее и наименьшее влияние на социально-экономическое развитие территории; оценка эффективности и результативности внедрения цифровых и инженерных решений; определение приоритетов государственной поддержки развития городского хозяйства в рамках реализации проекта «Умный город».

Целевые показатели реализации ведомственного проекта «Умный город» предусматривают, начиная с 2019 года, равномерный ежегодный прирост индекса IQ городов на 5 % с достижением 30 % в 2024 году по отношению к 2019 году.

Для корректного сопоставления результатов оценки индекса IQ и их применения на территории РФ все города-участники проекта «Умный город» были разделены на 4 группы по численности населения:

- крупнейшие города с численностью населения от 1 млн человек;
- крупные города с численностью населения от 250 тыс. человек до 1 млн человек;
- большие города с численностью населения от 100 до 250 тыс. человек;
- административные центры и муниципальные образования с численностью населения менее 100 тыс. человек.

Первый рейтинг IQ городов был опубликован Минстроем РФ в марте 2020 года, оценки были произведены по данным 2018 года. В этом рейтинге Тюмень, в котором живут и работают авторы публикации, заняла 3-е место с показателем IQ — 58,31 в категории крупных городов с населением до 1 млн чел. (лидер — г. Химки, с индексом 66,32).

Этот результат, по нашему мнению, является достаточно условным, поскольку по другим российским оценкам и рейтингам Тюменская область и г. Тюмень занимают более высокие места по показателям цифровизации территории и конкретных сфер социально-экономической и хозяйственной деятельности [3].

Исходя из этого, можно полагать, что индекс IQ города в существующей редакции может быть использован не столько для сопоставления различных городов между собой, сколько для выстраивания системы мониторинга оценки динамики контролируемых изменений в рамках конкретной территории.

Для реализации этих планов на региональном уровне требуется принятие комплекса решений федерального уровня по следующим направлениям:

- развитие нормативной базы, разработка и корректировка технических и технологических стандартов «умных городов»;
- платформенные решения, обеспечивающие взаимодействие баз данных различных служб и подразделений, способствующие повышению оперативности и достоверности результатов;
- решение комплекса проблем, связанных с обеспечением «открытости» данных, и обеспечение больших объемов финансирования программ.

Авторы данной публикации в апреле 2020 года принимали участие в работе по уточнению отдельных положений ряда документов нормативного характера в рамках серии мероприятий, проводимых Техническим комитетом Росстандарта 194 «Киберфизические системы» (ТК 194) [14].

ТК 194 был создан по инициативе АО «Российская венчурная компания» в рамках Национальной технологической инициативы для координации разработки стандартов в области Интернета вещей, «умных городов», больших данных, интеллектуальных производств и других систем, связанных с взаимодействием «M2M».

Вынесенные на обсуждение проекты 8 национальных стандартов в области развития «умных городов» были призваны на основе обобщения имеющегося опыта цифровизации городского хозяйства обеспечить единое толкование проблемных вопросов с целью повышения эффективности действий муниципальных образований в обеспечении качества жизни горожан.

По результатам публичного обсуждения участниками в проекты документов было внесено более 120 предложений, подготовленных участниками рынка технологий «Умный город» и представителями федеральных и региональных органов власти. В результате этой работы в августе 2020 года Росстандартом были утверждены и направлены для практической апробации 8 новых стандартов «умного города» [14].

Эти документы были разработаны с учетом ранее введенных в действие ГОСТ Р ИСО 37120-2015 «Устойчивое развитие сообщества. Показатели городских услуг и качества жизни» и ГОСТ Р ИСО 37101-2018 «Устойчивое развитие в сообществах. Система менеджмента. Общие принципы и требования», которые ориентированы на создание условий для инициирования социальной активности горожан, без которой умные города по определению функционировать не могут.

Критериями отбора показателей в стандартах служат простота, контролируемость, открытость и доступность исходных данных, используемых для расчетов. Поэтому, для оценки используются следующие показатели:

- доля доступных городских услуг, которые могут получить горожане в режиме онлайн;
- годовое количество медицинских приемов, проводимых дистанционно, на 100 тыс. жителей;
- доля площади города, покрытая камерами видеонаблюдения;
- доля общественных мусорных баков, с поддержкой датчиков.
- доля услуг по организации общественного отдыха (для бронирования в режиме онлайн);
- доля домохозяйств, имеющих широкополосный доступ к сети Интернет;
- доля городских улиц и магистралей, покрытых системой онлайн-информирования участников дорожного движения и системой оповещения в режиме реального времени;
- площадь города, отображаемая интерактивными картами улиц в режиме реального времени, как доля общей площади города [15].

Перечень показателей, вошедших в вышеупомянутые нормативные документы, было бы неверно считать «закрытым», поскольку объективно, в полном объеме оценивать деятельность городских сообществ в различных сферах, объединяя ее в рамках формализованных показателей, не всегда возможно.

Учет мнения жителей, образующих территориальные сообщества, традиционно осуществляется путем опросов, и современные информационные технологии позволяют повысить их эффективность и оперативность.

Методические рекомендации по цифровизации городского хозяйства, утвержденные приказом Минстроя № 23/пр. от 24.04.2019, предусматривают создание в городах цифровой платформы вовлечения граждан в решение вопросов городского развития «Активный горожанин», обеспечивающей возможность участия жителей в решении городских проблем. Они ориентируют на создание сервисов:

- по участию в рейтинговом голосовании по реализации мероприятий в сфере городского хозяйства;
- обеспечения дистанционного обращения граждан, в том числе путем телефонного сообщения, с заявлением и контролем своевременного реагирования на них;
- дистанционного обращения граждан с частной инициативой в сфере городского хозяйства, городского управления и развития, соблюдения регламента рассмотрения частных инициатив;
- публичного размещения планов городских властей по градостроительным вопросам, приоритетам благоустройства, важным городским проектам и иным вопросам, затрагивающим интересы горожан с обеспечением возможности внесения гражданами замечаний и предложений [16].

Данные рекомендации обобщают накопленный опыт создания такого рода систем в ряде российских городов.

Так, например, в Москве, которая является признанным лидером в России в реализации проекта «Умный город», с 2014 года эффективно развивается портал «Активный гражданин», на котором на регулярной основе проводятся опросы горожан по самым различным вопросам: озеленение, благоустройство, выбор дизайна станций метро, детский отдых, работа поликлиник, библиотек и т. п. [17].

По состоянию на середину декабря 2020 года на портале «Активный гражданин» Москвы зарегистрировались 4 760 674 горожанина, прошло 47 123 783 голосования и было принято 151 146 253 мнения по различным вопросам.

По сравнению с декабрем 2018 года, когда авторами изучались показатели социальной активности жителей умных городов [3], по Москве наблюдается более чем двукратный рост числа зарегистрированных участников, на 25 % выросло количество голосований по различным проблемным ситуациям в городе, в которых было принято и учтено на 36 % больше мнений респондентов.

Если в 2018 году усредненно в одном голосовании участвовали около 30 000 горожан, то в декабре 2020 года — более 32 000 жителей.

В г. Тюмени, который является участником проекта «Умный город» и находится в числе российских городов с высоким уровнем цифровизации во всех сферах [3], отно-

сительный уровень социальной активности горожан существенно ниже, даже с поправкой на масштабирование по численности населения.

В Тюменской области функционирует портал услуг «Активный гражданин», где размещены ссылки на 3 интернет-проекта администрации Тюмени: портал «Тюмень — наш дом», присутствующий во всех наиболее популярных социальных сетях, сайт электронных опросов «Я решаю» и сайт «Твоя Тюмень» [18–20], имеются мобильные приложения, доступные для скачивания в AppStore и Google Play. Эти инструменты информирования горожан, дающие возможность учета мнений, являются действующим элементом системы инициирования участия жителей в жизни города.

На портале «Тюмень — наш дом» принимаются следующие категории сообщений жителей: текущее содержание дворовой территории: нарушение правил содержания стройплощадок; парки и скверы; работа по устранению несанкционированных надписей на фасаде зданий; текущее содержание дорог и ремонт; остановки общественного транспорта; брошенный автомобиль; не работает наружное освещение; поврежден информационный указатель, табличка, дорожный знак [17–19].

Участие граждан в развитии и реализации проектов «Умный город» может развиваться, если обеспечивать не только двусторонний диалог «жители — муниципалитет», при высоком уровне информированности о результатах деятельности, вариантах решения возникающих проблем, новых информационных продуктах и сервисных услугах, но и адресную поддержку инициативных проектов по созданию общественных ценностей в городе.

Для разработки системы мониторинга хода реализации такого рода проектов, направленных на устойчивое развитие территории, предусматривающих расширение участия горожан, логично использовать показатели, определенные документами Минстроя РФ для оценки формирования доступной, комфортной и безопасной для здоровья граждан окружающей среды, частично используемые и при расчете IQ городов. Этот перечень включает в себя следующие показатели:

- охват населения цифровыми сервисами информирования о состоянии окружающей среды, %;
- процент решений об управлении городским ресурсами, который принимается с использованием интегрированной цифровой платформы управления;
- доля пользователей цифровых сервисов, функционирующих с использованием городских открытых данных (доля городского населения), %;
- доля решений, принятых с участием граждан путем электронного голосования, о развитии и функционировании городов;
- наличие регулярного мониторинга общественного мнения и удовлетворенности граждан уровнем качества жизни с использованием цифровых сервисов анализа в социальных сетях, группах мессенджеров и блогах;
- доля граждан, повысивших грамотность в сфере информационной безопасности и использования интернет-сервисов;
- доля врачей, имеющих возможность получить доступ к электронной медицинской карте пациента, при условии его разрешения;

- уровень превышения количества обращений граждан по вопросам оказания государственных и муниципальных услуг и сервисов и предоставления доступа к городским ресурсам, поданных в электронной форме, количества аналогичных обращений, поданных на бумажном носителе [13].

При этом отметим, что как сам перечень показателей, так и методики получения достоверных исходных данных для их оценки не являются «закрытыми» для корректировки.

Органами власти в г. Тюмени, экспертным сообществом предпринимаются усилия по оценкам субъективного восприятия населением жизни в городе, наличия у жителей ощущения комфорта проживания («Тюмень — лучший город Земли»), перспектив, наличия положительных поведенческих установок, что позволяет объективизировать формализованные оценки, полученные при использовании количественных показателей.

Проведенное в 2018 году при участии авторов социологическое исследование мнений населения г. Тюмени, касающееся проблем внедрения элементов программы «Умный город» и стратегии развития Тюмени по этому пути, показало, что в городе достаточное количество «умных» жителей, способных не только понять необходимость внедрения в городское пространство технологий и элементов «умного» города, но и потенциально готовых принимать активное участие в этих преобразованиях, считая, что «умный» город — это отличная перспектива для будущего Тюмени, и отмечая, что в городе достаточно условий для реализации данной программы [3].

Проведенное в 2020 году исследование оценки мнений горожан по ранее разработанной методике (объем выборки — 368 респондентов) показало некоторое увеличение позитивных оценок по выбранным для анализа показателям при одновременном росте пассивности в отношении к программе (табл. 2).

За 2 года более чем на 9 % (с 24,3 до 33,6 %) увеличилось число жителей, считающих, что жизнь в городе после реализации программы «Умный город» станет более комфортной и интересной; повысилось и количество респондентов, считающих, что программа будет способствовать созданию новых рабочих мест, что особенно актуально в условиях ограничений, связанных с пандемией коронавируса.

Таблица 2

Отношение жителей к вопросам перспективы развития программы «Умный город» в г. Тюмени (в % к числу опрошенных)

Показатель оценки	2020 год	2018 год	Тенденции (+/–)
Жизнь в городе станет комфортней и интересней	33,6	24,3	+9,3
Программа позволит понять перспективы развития города	35,1	33,8	+1,3
Программа позволит найти новые возможности для заработка	10,4	6,6	+3,8
Не думаю, что лично мне это будет полезно	8,3	6,6	+1,7
Не могу оценить, так как далек от всего этого	14,5	11,8	+2,7

В то же время наблюдается увеличение числа жителей Тюмени, выразивших пессимистическое настроение по отношению к данной программе, заявивших, что не думают в этом направлении, а 8,3 % считают эту программу бесполезной или не первостепенной с точки зрения их личных интересов.

Можно предположить, что причиной такого развития социального пессимизма является продолжающееся негативное воздействие эпидемии коронавируса, вызвавшее масштабные проблемы в экономике и социальной жизни, ограничивающие взаимодействие и контакты между субъектами.

Возможно, что некоторое число респондентов испытывает опасения, связанные с ростом в последнее время интернет-мошенничества и кибератак на информационные системы управления административными и хозяйственными объектами, усилением уровня контроля в социальных сетях, что не стимулирует их на позитивное восприятие технологий «умного города».

Понимание такого рода проблем в администрации г. Тюмени и Тюменской области имеется, о чем свидетельствуют разработка и реализация регионального проекта «Информационная безопасность (Тюменская область)» на период до 2024 года, который, кроме всего прочего, должен обеспечивать эффективное функционирование единой мобильной платформы, предлагающей жителям области удобный формат получения электронных услуг в таких социально значимых сферах, как здравоохранение, образование, ЖКХ, транспорт.

Как и 2 года назад, респондентами в числе приоритетных сфер применения технологий «умного города» обозначены здравоохранение (83,5 % — рост на 15,3 %), система ЖКХ, в том числе и «умный дом» (70,2 % — умеренный рост на 3,3 %), дорожная инфраструктура и транспортное сообщение в городе (70,1 %, ранее — 69,3 %) (табл. 3).

Примерно на прежнем уровне остались оценки по целесообразности развития «умных» технологий по направлениям «дорожная инфраструктура и транспортное сообщение» и «безопасность жизнедеятельности», что свидетельствует о том, что ситуация в Тюмени по данным сферам развития города, как минимум, не ухудшается.

Таблица 3

Приоритетные, по мнению респондентов, сферы применения технологий «умного города» в г. Тюмени (в % к числу опрошеных)

Приоритетные направления внедрения «умных» технологий	2020 год, %	2018 год, %
Здравоохранение	85,3	68,2
ЖКХ (в том числе «умный дом»)	70,2	66,9
Дорожная инфраструктура и транспортное сообщение	70,1	69,3
Безопасность жизнедеятельности	51,1	50,4

Рост приоритетов оценки полезности применения технологий «Умный город» в сфере здравоохранения по сравнению с другими вызван понятными причинами, свя-

занными с проявлением проблемных ситуаций в медицинском обслуживании граждан в условиях пандемии коронавируса.

Оценки намерений и возможностей горожан принять непосредственное участие в реализации программы «Умный город» не выявили заметной активизации позитивных устремлений по сравнению с оценками 2018 года.

Обозначили желания по активному участию в разработке и реализации данной программы 43,5 % респондентов (против 42,2 % в 2018 году), готовность пользоваться сервисами «умного города» без личного участия в реализации программы отметили 42 % опрошенных (2018 год — 43,7 %). Примерно на уровне 2018 года (14,5 %) осталось число респондентов, считающих программу «Умный город» несвоевременной или нецелесообразной.

Таким образом, подтверждается выявленная в 2018 году тенденция, констатирующая, что декларируемые намерения горожан по отношению к восприятию и участию в программе «Умный город» и их фактическая активность в решении городских проблем, фиксируемая по специализированным сайтам администрации города и результатам опросов, существенно различаются.

Выводы

Развитие умных городов в России отражает тренды мировой стратегии устойчивого развития. Поэтому разработка и принятие нормативных актов, позволяющих упорядочить и обеспечивать обмен идеями и практиками реализации пилотных проектов в различных сферах, будут способствовать расширению масштабов внедрения имеющихся достижений.

Повышение эффективности программы «Умный город» требует налаживания эффективных коммуникаций органов власти и населения, направленных в том числе и на решение проблем «цифрового неравенства», приобретающих в современных условиях новое содержание.

При этом нужно учитывать, что развитие электронных сервисов для жителей в рамках развития технологий «умного города» может сопровождаться определенным временным запаздыванием в реакции на их использование со стороны различных категорий горожан.

Эмпирические оценки поведения горожан на примере г. Тюмени, сопровождающего процессы цифровизации городского хозяйства, показывают, что для активизации процессов взаимодействия с органами власти необходимо создавать новые возможности для стимулирования практической реализации позитивных декларируемых намерений активных жителей по развитию умных городов.

Выявленная при проведении социологического исследования мнений жителей г. Тюмени в 2018 году тенденция, констатирующая, что декларируемые намерения горожан по отношению к восприятию и участию в программе «Умный город» и их фактическая активность в решении городских проблем, фиксируемая по специализированным сайтам администрации города и результатам опросов, существенно различаются, наблюдается и в 2020 году. Реальных действий существенно меньше, чем могло бы

быть, если судить по декларируемым намерениям. Поэтому деятельность по активизации участия населения в реализации территориальных программ «умный город» необходимо усиливать, и этому должно помочь использование новой нормативной базы Минстроя РФ и Росстандарта по оценке объективных показателей деятельности администраций по развитию и поддержке территориальных сообществ и движений, ориентированных на устойчивое развитие городов.

Благодарности

Публикация подготовлена по материалам исследований, проведенных авторами в рамках Стратегического проекта «Создание регионального инновационного кластера в сфере компетенций SMART-City IoT/Iiot и Big Data» ФГБОУ ВО «Тюменский индустриальный университет».

Библиографический список

[1] Россия 2020. Устойчивое развитие : потребители и бренды в поисках ответов. – URL: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-12/ipsos_flair_russia_2020_0.pdf (дата обращения: 07.12.2020). – Текст : электронный.

[2] ООН. Цели в области устойчивого развития. – URL: https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/ (дата обращения: 07.12.2020). – Текст : электронный.

[3] Оценки перспектив развития г. Тюмени в рамках концепции «Smart-City» в представлении жителей города (социологический ракурс) / М. Л. Белоножко, О. М. Барбаков, Б. М. Лихтенштейн, Д. А. Костырева. – Текст : непосредственный // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2019. – № 3. – С. 58–73.

[4] Ильина, И. Н. Умные жители для умных городов / И. Н. Ильина. – Текст : непосредственный // Бюджет. – 2018. – № 5 (185). – С. 52–54.

[5] Одинцов, А. В. Основные риски реализации концепции «умного города» / А. В. Одинцов. – DOI 10.25136/2409-7144.2019.10.30636. – Текст : непосредственный // Социодинамика. – 2019. – № 10. – С. 1–8.

[6] Новая технологическая революция : вызовы и возможности для России. Экспертно-аналитический доклад / Центр стратегических разработок. – URL: https://www.csr.ru/wp-content/uploads/2017/10/novaya-tehnologicheskaya-revolutsiya-2017-10-13.pdf (дата обращения: 06.12.2020). – Текст : электронный.

[7] Manovich, L. Trending : The Promises and the Challenges of Big Social Data / L. Manovich. – URL: http://manovich.net/index.php/projects/trending-the-promises-and-the-challenges-of-big-social-data (дата обращения: 07.12.2020). – Text : electronic. – Published: April, 28, 2011.

[8] 2019. Smart Cities Index / EasyPark. – URL: https://easyparkgroup.com/%20smart-cities-index/ (дата обращения: 07.12.2020). – Текст : электронный.

[9] Smart City Index 2020. IMD. A tool for action, an instrument for better lives for all citizens. – URL: https://ru.scribd.com/document/485343909/smartcityindex-2020-pdf / (дата обращения: 07.12.2020). – Текст : электронный.
[10] Smart Centres Index 2. – URL: https://ict.moscow/research/reiting-umnykh-gorodov-1/ (дата обращения: 07.12.2020). – Текст : электронный.
[11] Индикаторы умных городов НИИТС – 2017. – URL: http://niitc.ru/publications/SmartCities.pdf (дата обращения: 07.12.2020). – Текст : электронный.
[12] Цифровая жизнь российских мегаполисов. Модель. Динамика. Примеры / Институт исследований развивающихся рынков бизнес-школы СКОЛКОВО (IEMS). – URL: https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO_IEMS/Research_Reports/SKOLKOVO_IEMS_Research_2016-11-30_ru.pdf (дата обращения: 06.12.2020). – Текст : электронный.
[13] Методика оценки хода и эффективности цифровой трансформации городского хозяйства в Российской Федерации (IQ городов). – URL: https://russiasmartcity.ru/uploads/attachments/a7579656-22ef-4f5e-b24c-51ae5626efcb/16636075be77a33437f1634ef96e1bff.pdf (дата обращения: 07.12.2020). – Текст : электронный.
[14] Технический комитет 194 «Кибер-физические системы» (ТК 194). – URL: http://tc194.ru/ (дата обращения: 06.12.2020).
[15] Стандарты умных городов 2020/09/11. – URL: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%8B_%D1%83%D0%BC%D0%BD%D1%8B%D1%85_%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B (дата обращения: 06.12.2020). – Текст : электронный.
[16] Методические рекомендации по цифровизации городского хозяйств.: [утверждены Приказом Минстроя РФ от 24.04.19 №23/пр.]. – URL: https://minstroyrf.gov.ru/upload/iblock/f3d/prikaz-235pr-_1_.pdf. – Текст : электронный.
[17] Активный гражданин — проект. Москва : [сайт]. – URL: https://ag.mos.ru/home (дата обращения: 06.12.2020). – Текст : электронный.
[18] Тюмень — наш дом. – Текст : электронный // Администрация города Тюмени : [официальный сайт]. – URL: http://dom.tyumen-city.ru/ (дата обращения: 07.12.2020).
[19] Я решаю. Сайт электронных опросов администрации г. Тюмени. – URL: http://ir.tyumen-city.ru/ (дата обращения: 07.12.2020). – Текст : электронный.
[20] Тюмень — наш дом. Вся статистика. – URL: https://top.mail.ru/visits?id=1546868&period=2&days=730 (дата обращения: 07.12.2020). – Текст : электронный.

References

[1] Russia 2020. Sustainability: Consumers and Brands in Search of Answers. (In Russian). Available at: https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/publication/documents/2019-12/ipsos_flair_russia_2020_0.pdf.

[2] UN. Sustainable Development Goals. (In Russian). Available at: https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/

[3] Belonozhko, M. L, Barbakov O. M., Likhtenshtein B. M., & Kostyreva D. A. (2019). Assessment of Tyumen city prospects and development opportunities towards "Smart City" concept, as viewed by Tyumen residents (sociological view). Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics, (3), pp. 58-73. (In Russian).

[4] Ilyina, I. N. (2018). Smart residents for smart cities. Budget Magazine, (5(185)), pp. 52-54. (In Russian).

[5] Odintsov, A. V. (2019). The main risks of implementing the concept of a "smart city". Sociodynamics, (10), pp. 1-8. (In Russian). DOI: 10.25136/2409-7144.2019.10.30636

[6] A new technological revolution: challenges and opportunities for Russia. Expert-analytical report. Center for Strategic Development (In Russian). Available at: https://www.csr.ru/wp-content/uploads/2017/10/novaya-tehnologicheskaya-revolutsiya-2017-10-13.pdf

[7] Manovich, L. (2011). Trending: The Promises and the Challenges of Big Social Data. (In English). Available at: http://manovich.net/index.php/projects/trending-the-promises-and-the-challenges-of-big-social-data.

[8] 2019. Smart Cities Index. EasyPark. (In Russian). Available at: https://easypark-group.com/%20smart-cities-index/

[9] Smart City Index 2020. IMD. A tool for action, an instrument for better lives for all citizens. (In Russian). Available at: https://ru.scribd.com/document/485343909/smartcityindex-2020-pdf/

[10] Smart Centres Index 2. (In Russian). Available at: https://ict.moscow/research/reiting-umnykh-gorodov-1/

[11] NIITS Smart Cities Indicators - 2017. NIITS. (In Russian). Available at: http://niitc.ru/publications/SmartCities.pdf

[12] The digital life of Russian megacities. Model. Dynamics. Examples : Institute for Emerging Market Research at SKOLKOVO Business School (IEMS). 2016. (In Russian). Available at: https://iems.skolkovo.ru/downloads/documents/SKOLKOVO_IEMS/Research_Reports/SKOLKOVO_IEMS_Research_2016-11-30_ru.pdf

[13] The methodology for assessing the progress and effectiveness of the digital transformation of urban economy in the Russian Federation (I.I. Cities) (In Russian). Available at: https://russiasmartcity.ru/uploads/attachments/a7579656-22ef-4f5e-b24c-51ae5626efcb/16636075be77a33437f1634ef96e1bff.pdf

[14] Technical Committee 194 "Cyber-Physical Systems" (TC 194). (In Russian). Available at: http://tc194.ru/

[15] Smart cities standards 2020/09/11. (In Russian). Available at: https://www.tadviser.ru/index.php/%D0%A1%D1%82%D0%B0%D1%82%D1%8C%D1%8F:%D0%A1%D1%82%D0%B0%D0%BD%D0%B4%D0%B0%D1%80%D1%82%D1%8B_%D1%83%D0%BC%D0%BD%D1%8B%D1%85_%D0%B3%D0%BE%D1%80%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B.

[16] Metodicheskie rekomendatsii po tsifrovizatsii gorodskogo khozyaystv. (In Russian). Available at: https://minstroyrf.gov.ru/upload/iblock/f3d/prikaz-235pr-_1_.pdf
[17] Aktivnyy grazhdanin - proekt. Moscow. (In Russian). Available at: https://ag.mos.ru/home
[18] Tyumen' - nash dom. (In Russian). Available at: http://dom.tyumen-city.ru/.
[19] I decide. Website of electronic surveys of the administration of Tyumen. (In Russian). Available at: http://ir.tyumen-city.ru/
[20] Tyumen' - nash dom. Vsya statistika. (In Russian). Available at: https://top.mail.ru/visits?id=1546868&period=2&days=730

Получена / Submitted: 29/03/2021
Доработана / Revised: 13/04/2021
Принята к публикации / Accepted: 21/05/2021

DOI: 10.31660/1993-1824-2021-2-70-85

УДК 316.48

Регулирование межэтнических конфликтов: аналитический обзор

Наталия Викторовна Омелаенко

Кафедра иностранных языков, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия

Аннотация. Статья посвящена анализу этнических конфликтов, рассмотрению теоретических положений и разработке научных рекомендаций по вопросу регулирования этнических конфликтов. По результатам проведенного исследования проанализированы понятие и содержание межэтнического конфликта, рассмотрена классификация межнациональных конфликтов, определены основные причины межнациональных противоречий и конфликтов. Анализ литературы по данной проблеме позволил сформулировать теоретические выводы и разработать практические рекомендации по регулированию межэтнических конфликтов. Обосновано, что наиболее частыми факторами, которые оказывают влияние на возникновение межэтнических конфликтов, являются экономические, социальные, политические, неравенство в доступе к материальным и социальным благам, борьба за власть этнических групп. Для разрешения межэтнического конфликта необходимо изучать ряд переменных, которые влияют на весь ход конфликта, а также использовать технологии, которые позволят контролировать конфликт и управлять им, уменьшая социально-экономические и политические последствия.

Ключевые слова: этнический конфликт, основания для классификации, типы конфликтов, факторы возникновения, практические рекомендации.

Interethnic conflicts management: an analytical review

Nataliya V. Omelaenko

Department of Foreign Languages, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russia

Abstract. The article is devoted to the analysis of ethnic conflicts, consideration of theoretics and the development of scientific recommendations on the managing of ethnic conflicts. The concept and content of interethnic conflict are analyzed based on the results of the study, the classification of interethnic conflicts is considered, and the main reasons for interethnic contradictions and conflicts are identified. An analysis of the literature on this issue made it possible to formulate theoretical conclusions and to develop practical recommendations for the management of interethnic conflicts. It has been proved that the most frequent factors that influence the occurrence of interethnic conflicts are economic, social, political factors, inequality in access to material and social benefits, the struggle for power of ethnic groups. To resolve an interethnic conflict, it is necessary to study a number of variables that affect the entire course of the conflict, as well as use technologies that will allow monitoring and managing the conflict, reducing socio-economic and political consequences.

Keywords: ethnic conflict, basis for classification, types of conflicts, factors of the origin of conflict, practical recommendations.

Введение

На территории Российской Федерации проживают представители 190 национальностей. Взаимодействие этнических групп с представителями другой культуры часто приводит к возникновению межэтнических конфликтов в силу ряда факторов — контроль над ресурсами, предпочтения и антипатии, разные идеологические, религиозные ценности и представления, природа взаимоотношений между этническими группами [1].

По данным центра этнополитических и региональных исследований, на территории бывшего Советского Союза произошло более 100 конфликтов, среди них — карабахский, абхазский, таджикский, южноосетинский, приднестровский и чеченский конфликты [2].

Процессы регулирования межнациональных конфликтов рассматриваются как на региональном, так и на государственном уровне. Так, 6 декабря 2018 года была принята Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации до 2025 года.

Основная цель Стратегии — укрепить национальное согласие, обеспечить политическую и социальную стабильность, развивать демократические институты; укрепить общероссийскую гражданскую идентичность и единство российской нации; обеспечить равные права и свободы гражданина независимо от расы, национальности, языка, происхождения, отношения к религии; сохранить и поддержать этническое, культурное и языковое многообразие в Российской Федерации; обеспечить гармонию межнациональных отношений; интегрировать иностранных граждан в российское общество.

Однако в настоящее время в России существует ряд факторов, которые могут привести к возникновению межнациональных конфликтов: международный экстремизм и терроризм, межнациональная и религиозная рознь, региональный сепаратизм, незаконная миграция, создание закрытых этнических общин, проблемы адаптации и интеграции иностранных граждан, социальное и имущественное неравенство граждан, разное экономическое развитие регионов, изменение духовных и нравственных ценностей, отъезд русского населения из Северного Кавказа, Сибири и Дальнего Востока и др. [3].

Таким образом, наличие проблем в сфере межэтнических отношений требует принятия ряда мер по их изучению, предупреждению и регулированию.

Материалы и методы

Проблемы межэтнических отношений и конфликтов привлекают внимание социологов, политологов, историков, философов, психологов и других исследователей.

Все исследования, посвященные данной проблеме, можно условно разделить на несколько направлений. Изучение межэтнических отношений в культурологическом направлении отражено в работах В. А. Авксентьева, Ю. В. Арутюняна, Ю. В. Бромлея, Б. Е. Винера, Л. Н. Гумилева, В. В. Кочеткова, В. А. Тишкова и др. [4–10].

Социально-психологические проблемы, которые возникают в процессе межэтнического взаимодействия, проанализированы В. С. Агеевым, Г. Л. Бардиер, А. А. Налчаджяном, В. Ю. Хотинец, Г. У. Солдатовой, Т. Г. Стефаненко и др. [11–17].

Региональные этнические конфликты исследовали Л. Д. Гудков, Л. М. Дробижева, А. В. Дмитриев, А. Г. Здравомыслов, В. И. Мукомель, Э. А. Паин, Н. А. Ткачева, Н. Г. Хайруллина, А. В. Шипилов и др. [18–26].

Этнический конфликт как социальный феномен был рассмотрен в исследованиях зарубежных ученых Э. Аронсона, Г. Уилсона, Р. Эйкерта, Л. Берковицы, Н. Глейзера, А. Андерсона, О. Бауера, М. Хроха, Т. Шибутани, Ю. Хабермаса, С. Хантингтона, В. Л. Хесли и др. [27–34].

Проблемы регулирования, предупреждения и разрешения межнациональных конфликтов рассмотрены в работах И. Брюйном, Ч. Амуреусом, Э. Клевеном, Э. Шлютером, А. Массо, Э. Давидовым, С. Цигдем, Б. Зейнеп, Э. Пияле, Э. Эбцимом и др.

Так, например, голландские ученые И. Брюйн и др. исследовали межэтнические предубеждения против мусульман среди белых детей голландцев. Их результаты показали, что уже маленькие дети имеют межэтнические предубеждения к представителям иного происхождения. Однако принятие матерью межэтнических контактов между детьми помогает снизить их негативное отношение к представителям других национальностей [35].

Для регулирования межэтнических отношений в разделенном сообществе в Боснии и Герцеговине, по мнению Э. Клевена, необходимо использовать такую форму работы, как диалог, который может иметь положительный эффект для его участников, поэтому следует изучать долгосрочные перспективы его ведения между представителями обеих сторон [36].

Факторы, которые объясняют антимусульманские предубеждения, изучали Э. Шлютер, А. Массо и Э. Давидов. По итогам исследования был сделан вывод, что только либеральная политика интеграции и большая государственная поддержка могут снизить уровень негативного отношения к представителям мусульманских общин в европейских странах [37].

С. Цигдем, Б. Зейнеп, Э. Пияле и др. рассмотрели влияние воображаемого контакта в условиях высокого конфликта. На основании исследования авторы сделали вывод, что следует использовать методику воображаемого контакта для его предотвращения. Воображаемый контакт не улучшал отношения членов группы меньшинства за пределами группы, но действительно уменьшал межгрупповую тревогу и воспринимаемую дискриминацию [38].

Обзор работ отечественных и зарубежных авторов по проблеме межэтнических конфликтов позволяет сделать следующие выводы.

- В настоящее время межэтническим конфликтам посвящено много работ, но, несмотря на это, нет единой теории происхождения и решения межэтнических конфликтов, поскольку конфликты постоянно меняются, и их причины могут быть вызваны целым рядом факторов.

- Это определяет актуальность исследования теоретических аспектов регулирования межэтнического конфликта. Вследствие этого исследование направлено на решение следующих задач:

1) проанализировать понятие и содержание межэтнического конфликта;
2) рассмотреть типологию этнического конфликта;
3) определить основные причины межнациональных противоречий и конфликтов;
4) разработать практические рекомендации по регулированию межэтнических конфликтов.

В своем исследовании автор использует метод анализа научных статей, опубликованных в 90-х гг. и до нашего времени.

Результаты и обсуждение

В настоящий момент существует много определений межэтнического конфликта и всех их объединяет то, что в основе этнического конфликта лежит столкновение разных этнических групп. Межэтнические конфликты включают в себя гражданскую, политическую или вооруженную борьбу, в ходе которой стороны объединяются и действуют по признаку этнических различий [2].

Межнациональный конфликт — это форма отношений между национальными общностями, со взаимными претензиями, открытым противостоянием этносов по отношению друг к другу и ростом противоречий, которые вызывают вооруженные столкновения и войны [39].

Ввиду того, что конфликты возникают в силу разных причин, сегодня есть много классификаций этнического конфликта. Впервые типология межэтнических конфликтов была представлена в работе Э. А. Паина и А. А. Попова. Они выделили следующие типы конфликтов: конфликт психологических стереотипов, конфликт идеологических доктрин и конфликт политических институтов.

В основе психологических стереотипов лежат сообщения о реальных событиях национальной дискриминации, которые часто преувеличены и искажены. В этой связи этническое меньшинство, проживающее на данной территории, мобилизуется и сплачивается для ответных мер. Конфронтационные процессы усиливаются благодаря лидерам, которые пропагандируют лозунги об ущемленных правах своей этнической группы.

Основной чертой этих конфликтов является их стихийность, поскольку формируются группы с экстремистской ориентацией на деструктивные действия, и выдвигаются активисты, которые призывают к неуправляемому конфликту. Данные конфликты очень опасны и ведут к печальным последствиям. Для их предотвращения необходимо создавать общественно-политические организации, деятельность которых должна быть направлена на изменение целей и характера участников движения, а также нужны средства массовой информации, которые предоставляют населению достоверную информацию о происходящих событиях.

Особую роль в предупреждении межнациональной розни должны выполнять правоохранительные органы, которые реагируют на все случаи разжигания межнациональной розни.

Основной чертой конфликта идеологических доктрин является идеологическая сплоченность этнической группы. Этот конфликт проявляется в противоборстве идей. Данный тип конфликта может охватывать не только один этнос, но и другие этнические меньшинства, представляя собой союз этнических групп против одной нации. Указанный тип конфликта можно было бы назвать прогрессивным, но борьба идей может привести к вооруженному столкновению.

Под конфликтом политических институтов понимают межнациональный конфликт, в котором стороны сплачиваются для участия в действующих органах власти на их территории. Конфликт институтов власти представляет собой противоборство институтов власти с действующей идеологией.

Во всех указанных конфликтах участвует и государство, поскольку одной из причин конфликтов может быть национальная политика. Во время конфликта стереотипов государство защищает общественный порядок, в конфликтах доктрин оно является посредником между конфликтующими сторонами. Государство участвует в конфликтах институтов, так как этнические национально общественные организации обращаются с требованиями поделиться властью и другими политическими полномочиями [40].

Межэтнические конфликты можно классифицировать по территории проживания. По этому признаку выделяют межгосударственные, внешние конфликты; региональные конфликты между разными этническими группами; конфликты между центром и регионом и местные конфликты. В зависимости от мотивов возникновения есть территориальные, экономические, политические, исторические, социокультурные, ценностные, социально-психологические, религиозные и социально-бытовые конфликты.

Если рассматривать национальные движения, то можно выделить социально-экономические конфликты. Они включают в себя борьбу за распределение ресурсов в свою пользу. Культурно-языковые конфликты направлены на защиту родного языка и своей культуры. Цель территориально-статусных конфликтов — борьба за изменение границ и повышение статуса, прав и полномочий этнической группы. Сепаратистские конфликты нацелены на выход из состава федерации и создание своего независимого государства. По формам и методам действия конфликты делят на насильственные и ненасильственные [41].

В качестве методологии для объяснения причин этнических конфликтов может быть принята концепция В. Л. Хесли. По мнению автора, одни теории этнических конфликтов пытаются объяснить природу этнической идентичности, другие описывают природу этнических форм мобилизации и национализма.

Категория этничности и этнической идентичности относится к определенной группе людей, которая отличает себя от другой группы присущими только ей чертами и культурой, языком, конфессиональной принадлежностью и расовыми характеристиками.

Сторонники неомарксистского подхода полагают, что национализм развивается из-за неравномерного развития торговли и промышленности в центре и в периферий-

ных районах. Национальные лидеры часто обращаются к лозунгам культурного возрождения для того, чтобы поднять на борьбу народ против предполагаемой эксплуатации. В силу того, что этнические различия часто находят свое отражение в разделении труда, классовые противоречия имеют этнический характер. Достоинством этой теории является то, что она показала, насколько важны экономические факторы для понимания этничности и национализма. Однако эта теория не объясняет, почему некоторые представители общества готовы жертвовать экономическим благополучием ради конфессиональной и языковой автономии.

Представители модернизационного подхода считают, что сам процесс модернизации меняет природу этнической идентичности и ведет к возрождению национализма. Поскольку модернизация связана с развитием промышленности и сферы обслуживания, расширением рынков сбыта, быстрой урбанизацией населения, все это приводит к усилению контактов между народами.

Процесс модернизации имеет непосредственное отношение к возникновению конкуренции за рынки и доступ к определенным ресурсам, а это порождает межэтническую и региональную вражду.

У этой теории также есть слабые стороны. Она не может объяснить исторические проявления национализма в слаборазвитых регионах Европы и Азии.

Основной постулат культурно-плюралистического подхода состоит в том, что межэтнический конфликт возникает тогда, когда группы с разными несовместимыми целями существуют в одном обществе. Часто взаимодействие этнических групп в единой политико-экономической сфере приводит к господству одной группы над другой. В процессе этого взаимодействия отличные друг от друга институциональные системы объединяются, и тогда ценности и образцы поведения других этнических групп кажутся неприемлемыми для доминирующей группы. Она пытается подчинить себе этническое меньшинство, часто прибегая к процессу ассимиляции и навязыванию существующих культурных норм.

Основным недостатком данного подхода является то, что он не может ответить на вопрос: почему возникают противоречия между группами, сходными по историческим, языковым и религиозным параметрам.

Статусно-групповой подход понимает под этническими группами расширенные родственные кластеры, и их функции аналогичны семейным узам и обязательствам. Когда статус группы низкий или оказывается под угрозой из-за политики правительства, то этнические связи являются основой для создания политической организации. Ощущение особого положения сплачивает группу и сохраняет ее статус.

Статусно-групповой подход позволяет оценить эмоциональную силу этнической принадлежности. Этничность дает всем членам группы чувство родственной связи, общности и психологической поддержки. Этот подход показывает, что подчиненная группа может достигнуть успеха в экономической сфере, но чувствовать себя ущемленной из-за отсутствия политической власти и социального признания.

Сторонники рационалистического подхода считают, что индивиды выбирают ту модель поведения, которая приносит им выгоду, поэтому они и участвуют в политических движениях. Теория рационального выбора доказывает, что политическая партия,

которая создана по этническому типу, часто добивается успеха. Лидеры движения используют националистические лозунги для собственной карьеры. Следовательно, теория рационального выбора помогает понять мотивы коллективного и индивидуального поведения народных масс [34; 39].

Вопросы, касающиеся причин межэтнических конфликтов в России и способов их регулирования, привлекают внимание многих исследователей социально-гуманитарных наук.

Исследование, проведенное авторским коллективом в составе М. Ф. Черныш, К. С. Григорьевой, Ю. Б. Епихиной и др., показало, что именно социальные факторы часто приводят к межэтнической напряженности, которая может перерасти в этнические конфликты. Вместе с тем напряженность возникает не из-за одного, а целого ряда факторов — экономических, социальных и политических, среди которых наиболее значимым является отсутствие справедливости при распределении материальных и социальных благ.

Вторая причина межэтнической напряженности кроется в неэффективной работе государства и властных структур, когда нарушаются права этнических групп и предпочтение в бизнесе отдается одной из них [42].

По мнению В. В. Наумкина, основанием для этнополитических конфликтов может быть борьба за ресурсы, поскольку их становится с каждым годом меньше, а людей, проживающих на планете, больше. Другим источником этнополитического конфликта является борьба за контроль над чужой территорией.

Одним из поводов для межэтнических разногласий может стать борьба за власть этнических групп. Большинство государств являются полиэтничными, поэтому часто власть принадлежит той этнической группе, которая является более многочисленной на территории проживания. Следовательно, вопрос разделения власти между разными этническими группами является наиболее острым.

Другим фактором возникновения межэтнических конфликтов может быть несправедливое разделение ресурсов между богатыми и бедными регионами.

Причиной конфликта может быть разное понимание проблемных вопросов. Например, в конфликте в Нагорном Карабахе трудно принять какую-либо точку зрения. Непонятно, кто в этой ситуации прав — армяне, которые считают эту территорию своей, или азербайджанцы, которые борются с этническим сепаратизмом.

Следует отметить тот факт, что конфликты постоянно изменяются, они могут быть в спящем латентном состоянии, но в любой момент эта фаза может закончиться, и тогда конфликт перерастет в открытое столкновение. Очень часто причиной этнополитических конфликтов становится смешение разных факторов, борьба за территорию, ресурсы, за сохранение своей идентичности и т. д. [43].

Таким образом, природа этнических конфликтов может быть разной, и исследование причин возникновения межэтнических конфликтов поможет в решении возникших противоречий и спорных вопросов, а также позволит найти и использовать средства и методы для их предотвращения и урегулирования.

Этнические конфликты являются одной из разновидностей социального конфликта и имеют свои особенности. К ним можно отнести эмоциональный характер

конфликта; формирование групп по принципу «мы» и «они»; противоречивость и разнообразие форм проявления; разные формы этнических столкновений в одном регионе; отсутствие типовых форм регулирования [44].

Для регулирования этнического конфликта исследователи предлагают использовать разные методы и технологии. Во-первых, изучать переменные, которые оказывают большое влияние на весь ход конфликта. Например, ценности и мотивы сторон конфликта, их цели, психологические, интеллектуальные, социальные ресурсы для ведения и разрешения конфликта, стратегию и тактику. Необходимо выяснить историю взаимоотношений этнических групп, взаимные стереотипы друг о друге; природу конфликта, его границы и периодичность. Важно изучать социальную среду, различные институты и учреждения, уровень поощрения и сдерживания конфликтов, природу социальных форм регулирования конфликта. Другой переменной являются заинтересованные стороны и их отношение к сторонам конфликта и результатам конфликта.

Конфликтующие стороны применяют разную стратегию и тактику — легитимность и нелегитимность, позитивные и негативные стимулы достижения сделок, взаимное влияние, принуждение, убеждение, давление и др.

Последняя переменная, которую нужно исследовать, — это результаты конфликта, выгоды или потери, внутренние изменения у участников конфликта, перспективы взаимоотношений, репутация участников конфликта у заинтересованных сторон [1; 13].

После изучения переменных конфликта необходимо пройти ряд этапов для его регулирования. Первый этап — признание и выявление конфликта как реальности. Нередко одна из конфликтующих сторон отрицает свои действия и возникшую конфликтную ситуацию. Признание конфликта означает шаг, который необходим для его объективного объяснения. Следующий этап — определение правил и норм его функционирования и развития в данном обществе. Следующий этап регулирования конфликта — признание конфликтующими сторонами правил и норм конфликтного поведения и их соблюдение. Легитимизация также предполагает интеграцию в систему общественного порядка, независимо от типа конфликта, включение анализа конфликта в решения и документы государственных органов и создание учреждений по оперативному вмешательству в острые конфликты. Этот способ регулирования конфликтов позволяет переводить их из стихийной формы в организованную, дает возможность принимать сторонам конфликта иногда невыгодные для них предложения, которые предотвращают агрессивные действия [45].

Иные способы управления конфликтами предложила М. П. Фоллет. Первый способ — доминирование — победа одной стороны над другой, но этот способ неэффективен в будущем, поскольку вторая сторона может не смириться с этой победой. Второй способ — компромисс — уступки с обеих сторон, и этот способ может быть не принят конфликтующими сторонами. Третий — интеграция, этот способ наиболее благоприятный для обеих сторон, так как он устраивает участников конфликта, ни одна сторона ничем не жертвует, но поиск оптимальных решений требует очень много усилий и обсуждения.

Исследователь Дж. Рубин значительно расширил способы урегулирования конфликтов. Он предложил использовать такие формы, как капитуляция, уход, переговоры и вмешательство третьей стороны. При капитуляции одна сторона уступает победу другой; уход из конфликта одной из сторон; переговоры — обмен предложениями или идеями между участниками конфликта для приемлемого соглашения; вмешательство третьей стороны, которая не имеет отношения к конфликту, но помогает прийти к заключению взаимного соглашения [46].

По утверждению некоторых исследователей, наиболее эффективной формой регулирования конфликтов является посредничество — привлечение третьей стороны для разрешения конфликта и использование практики медиации, связанной с формированием компромиссной ситуации, которая устраивает обе стороны конфликта.

Третья сторона выявляет противоречия между позициями участников конфликта, определяет их причины и предлагает пути решения. Практика медиации предполагает, что каждый участник конфликта переходит от стадии категоричного отстаивания своих интересов к пониманию позиции оппонента. Это происходит в процессе диалога с участием трех сторон, где значительную роль играет медиатор, который направляет участников конфликта и помогает им прийти к соглашению.

Практика медиации предлагает добровольное участие конфликтующих сторон в диалоге. Медиатор должен пользоваться уважением у оппонентов и нейтрально относиться к сторонам конфликта. Медиация обладает огромным потенциалом, поскольку она нивелирует барьеры, которые вызваны непониманием сторон, сглаживает противоречия и предполагает перевести взаимодействие в деловую сферу. Успех процесса медиации зависит от профессионализма медиатора-посредника, от его способности правильно построить диалог, который приведет к урегулированию конфликта.

Исследователи отмечают, что медиация является перспективным направлением, но существует ряд проблем, связанных с подготовкой специалистов-медиаторов, практика посредничества не всегда известна населению и поэтому не востребована. Для развития института медиации необходима информационная и государственная поддержка [47].

Таким образом, существуют разные технологии и методы регулирования этнических конфликтов, однако они не дадут эффекта, если не будут устранены причины, которые привели к их возникновению.

Так, например, без решения социально-экономических противоречий нельзя уменьшить в стране влияние и деятельность националистического движения или партий, которые находят поддержку у определенной группы людей с низким уровнем дохода, так как из-за материального поощрения они принимают активное участие в антигосударственных акциях.

Выводы

Рассмотрев теоретические положения, посвященные вопросу этнического конфликта, можно прийти к следующему выводу. В основе межэтнического конфликта лежит столкновение между двумя и более этническими группами, вызванное неразрешимыми

противоречиями. Классификация этнических конфликтов может быть разной. Она зависит от многих факторов от территории проживания, от мотивов, от целей национальных движений и др.

Основными факторами, оказывающими влияние на возникновение межэтнических конфликтов, являются социально-экономические, политические, неравенство в доступе к материальным и социальным благам, борьба за власть этнических групп.

Для разрешения межэтнического конфликта необходимо изучать ряд переменных, которые влияют на весь ход конфликта, а также использовать технологии, которые позволят контролировать и управлять конфликтом, уменьшая его социально-экономические и политические последствия.

Библиографический список

[1] Дойч, М. Разрешение конфликта (конструктивные и деструктивные процессы) / М. Дойч. – Текст : непосредственный // Социально-политический журнал. – 1997. – № 1. – С. 202–212.

[2] Социология межэтнической толерантности / Л. М. Дробижева, Д. В. Даен, И. М. Кузнецов [и др.] ; отв. ред. Л. М. Дробижева ; Российская академия наук, Институт социологии, Центр этн. социологии. – Москва : Изд-во Ин-та социологии РАН, 2003. – 220 с. – Текст : непосредственный.

[3] Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года» (с изменениями на 6 декабря 2018 года) : введ. в действие с 06.12.18. – Москва, 2018. – URL: http://docs.cntd.ru/document/902387360 (дата обращения: 31.10.2020). – Текст : электронный.

[4] Авксентьев, В. А. Этническая конфликтология : проблемы становления / В. А. Авксентьев. – Текст : электронный. – URL: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Article/Avk_EtnKonf.php (дата обращения: 05.10 2020).

[5] Арутюнян, Ю. В. Россияне : проблемы формирования национально-гражданской идентичности в свете данных этносоциологии / Ю. В. Арутюнян. – Текст : непосредственный // Общественные науки и современность. – 2009. – № 4. – С. 91–98.

[6] Бромлей, Ю. В. Очерки теории этноса / Ю. В. Бромлей – Москва : Наука, 1983. – 412 с. – Текст : непосредственный.

[7] Винер, Б. Е. Постмодернистский конструктивизм в российской этнологии / Б. Е. Винер. – Текст : непосредственный // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2005. – Т. VIII, № 3. – С. 114–130.

[8] Гумилёв, Л. Н. Древняя Русь и Великая степь / Л. Н. Гумилёв. – Москва : Мысль, 1993. – 781 с. – Текст : непосредственный.

[9] Кочетков, В. В. Психология межкультурных различий: учебное пособие для студентов вузов / В. В. Кочетков. – Москва : Per Se, 2002. – 416 с. – (Современное образование). – Текст : непосредственный.

[10] Тишков, В. А. О культурном многообразии / В. А. Тишков. – Текст : непосредственный // Этнографическое обозрение. – 2005. – № 1. – С. 3–22.

[11] Агеев, В. С. Межгрупповое взаимодействие : социально-психологические проблемы / В. С. Агеев. – Москва : МГУ, 1990. – 240 с. – Текст : непосредственный.
[12] Бардиер, Г. Л. Социальная психология толерантности : [монография] / Г. Бардиер ; Санкт-Петербургский государственный университет. – Санкт-Петербург : Изд-во Санкт-Петербургского ун-та, 2005. – 120 с. – Текст : непосредственный.
[13] Налчаджян, А. А. Этнопсихология : учебное пособие / А. А. Налчаджян. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2004. – 381 с. – Текст : непосредственный.
[14] Психологические исследования этнической толерантности : коллективная монография / Н. М. Лебедева, В. Ю. Хотинец, А. А. Выскочил, Ю. А. Гаюрова. – Екатеринбург : Изд.-во Урал. ун-та, 2003. – 240 с. – (Толерантность). – Текст : непосредственный.
[15] Солдатова, Г. У. Психология межэтнической напряженности / Г. У. Солдатова – Москва : Смысл, 1998. – 389 с. – Текст : непосредственный.
[16] Стефаненко, Т. Г. Этническая идентичность : от этнологии к социальной психологии / Т. Г. Стефаненко. – Текст : непосредственный // Вестник Московского университета. Серия. 14. Психология. – 2009. – № 2. – С. 3–17.
[17] Хотинец, В. Ю. Этническая идентичность и толерантность / В. Ю. Хотинец. – Екатеринбург : Изд-во Уральского ун-та, 2002. – 124 с. – Текст : непосредственный.
[18] Гудков, Л. Д. Почему мы не любим приезжих? / Л. Д. Гудков. – Текст : непосредственный // Мир России. Социология. Этнология. – 2007. – Т. 16, № 2. – С. 48–83.
[19] Дробижева, Л. М. Российская идентичность и межэтнические отношения : 20 лет реформ / Л. М. Дробижева. – Текст : непосредственный // Этнопанорама. – 2011. – № 3–4. – С. 6–10.
[20] Дмитриев, А. В. Миграция : конфликтное измерение / А. В. Дмитриев. – Москва : Альфа-М, 2006. – 432 с. – Текст : непосредственный.
[21] Здравомыслов, А. Г. Социология российского кризиса : статьи и доклады 90-х годов / А. Г. Здравомыслов. – Москва : Наука, 1999. – 352 с. – Текст : непосредственный.
[22] Мукомель, В. И. Грани интолерантности (мигрантофобии, этнофобии) / В. И. Мукомель. – Текст : непосредственный // Социологические исследования. – 2005. – № 2(250). – С. 56–66.
[23] Паин, Э. А. Между империей и нацией : проект и его традиционалистская альтернатива в национальной политике России : монография / Э. А. Паин. – 2-е изд., доп. – Москва : Новое издательство, 2004. – 248 с. – Текст : непосредственный.
[24] Ткачева, Н. А. Миграционная политика региона : социальное измерение : монография / Н. А. Ткачева ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Тюменский государственный нефтегазовый университет. – Тюмень : Вектор Бук, 2011. – 156 с. – Текст : непосредственный.
[25] Хайруллина, Н. Г. Межнациональные отношения в Тюменской области : результаты исследований / Н. Г. Хайруллина. – Текст : непосредственный // Евразийский юридический журнал. – 2015. – № 6 (85). – С. 322–323.
[26] Шипилов, А. В. «Свои», «чужие» и другие / А. В. Шипилов. – Москва : Прогресс-Традиция, 2008. – 568 с. – Текст : непосредственный.

[27] Аронсон, Э. Психологические законы поведения человека в социуме / Э. Аронсон, Г. Уилсон, Р. Эйкерт ; [пер. Л. Ордановой и др.]. – Москва : ОЛМА-Пресс ; Санкт-Петербург: прайм Еврознак, 2002. – 557 с. – Текст : непосредственный.

[28] Берковиц, Л. Агрессия : причины, последствия и контроль / Л. Берковиц ; [пер. А. Боричев, Л. Царук, Л. Ордановская]. – Санкт-Петербург : Прайм-Еврознак, Нева ; Москва : Олма-Пресс, 2002. – (Проект «Психология – лучшее»). – 510 с. — Перевод изд: Aggression : Its causes, consequences, and control / Leonard Berkowitz, Boston, 1993. – Текст : непосредственный.

[29] Глейзер, Н. Мультиэтнические общества : проблемы демографического, религиозного и культурного разнообразия / Н. Глейзер. – Текст : непосредственный // Этнографическое обозрение. – 1998. – № 6. – С. 98–104.

[30] Нации и национализм / Б. Андерсон, О. Бауэр, М. Хрох и др.; перевод с английского и немецкого Л. Е. Переяславцевой, М. С. Панина, М. Б. Гнедовского. – Москва : Праксис, 2002. – (Новая наука политики). – 416 с. – Перевод изд.: Mapping the Nation. New Left Review, 1996. – Текст : непосредственный.

[31] Шибутани, Т. Социальная психология / Т. Шибутани ; перевод с английского В. Б. Ольшанского. – Ростов-на-Дону : Феникс, 2002. – 544 с.

[32] Хабермас, Ю. Когда мы должны быть толерантными? О конкуренции видений мира, ценностей и теорий / Ю. Хабермас. – Текст : непосредственный // Социологические исследования. – 2006. – № 1. – С. 45–53.

[33] Хантингтон, С. Столкновение цивилизаций / С. Хантингтон ; перевод с английского Т. Велимеева. – Москва : АСТ, 2017. – 640 с. – Перевод изд.: The clash of civilizations and the remaking of world order / Samuel P. Huntington, 1996. – Текст : непосредственный.

[34] Хесли, В. Л. Национализм и пути расширения межэтнических противоречий / В. Л. Хесли. – Текст : непосредственный // ПОЛИС. Политические исследования. – 1996. – № 6. – С. 39–51.

[35] Interethnic Prejudice Against Muslims Among White Dutch Children / Ymke de Bruijn, Chantal Amoureus, Rosanneke A. G. Emmen, Judi Mesman. – DOI 10.1177/0022022120908346. – Direct text // Journal of Cross-Cultural Psychology. – 2020. – Vol. 51, Issue (3–4). – P. 203–221.

[36] Cleven, E. Making Connections? A Study of Interethnic Dialogue in a Divided Community in Bosnia and Herzegovina / E. Cleven. – DOI 10.1080/17449057.2019.1647666. – Direct text // Journal Ethnopolitics Formerly Global Review of Ethnopolitics. – 2020. – Vol. 19, Issue 2 – P. 125–149.

[37] Schlueter, E. What factors explain anti-Muslim prejudice? An assessment of the effects of Muslim population size, institutional characteristics and immigration-related media claims / E. Schlueter, A. Masso, E. Davidov. – DOI 10.1080/1369183X.2018.1550160. – Direct text // Journal of Ethnic and Migration Studies. – 2020 . – Vol. 46, Issue 3. – P. 649–664.

[38] Bagci, S. C. Imagined contact in high conflict settings : The role of ethnic group identification and the perspective of minority group members / S. C. Bagci, Z. E. Piyale, E. Ebcim. – DOI 10.1111/jasp.12485. – Direct text // Journal of Applied Social Psychology. – Vol. 48, Issue 1. – P. 3–14.

[39] Даниелян, П. С. К вопросу о роли национальных общин в регулировании межнациональных конфликтов / П. С. Даниелян, О. В. Заслонкина. – Текст : непосредственный // Коммуникология. – 2016. – № 4 (3). – С. 110–119.
[40] Паин, Э. А. Межнациональные конфликты в СССР (некоторые подходы к изучению и практическому решению) / Э. А. Паин, А. А. Попов // Советская этнография. – 1990. – № 1. – С. 3–15. – Текст : непосредственный.
[41] Хохлов, А. С. Конфликтология. История. Теория. Практика : учебное пособие / А. С. Хохлов. – Самара : СФ ГБОУ ВПО МГПУ, 2014. – 312 с. – Текст : непосредственный.
[42] Социальные факторы межэтнической напряженности в России : монография / К. С. Григорьева, Ю. Б. Епихина, И. М. Кузнецова [и др.] ; Федеральный научно-исследовательский социологический центр Российской академии наук, Институт социологии РАН. – Москва : ФНИСЦ РАН, 2017. – 329 с. – Текст : непосредственный.
[43] Конфликтолог — профессия XXI века : учебное пособие / Под редакцией Г. М. Бирженюк. – 2-е изд. – СПб.: СПбГУП, 2014. – 540 с. – (Избранные лекции Университета ; Вып. 133). – Текст : непосредственный.
[44] Горбунова, А. А. Регулирование межэтнических отношений (по материалам исследования в Алтайском крае) / А. А. Горбунова, С. Г. Максимова. – DOI 10.14258/izvasu(2015)3.1-31. – Текст : непосредственный // Известия Алтайского государственного университета. – 2015. – Т. 1, № 3 (87). – С. 163–166.
[45] Зеркин, Д. П. Основы конфликтологии : курс лекций / Д. П. Зеркин. – Ростов-на-Дону : Феникс, 1998. – 480 с. – Текст : непосредственный.
[46] Гришина, Н. В. Психология конфликта / Н. В. Гришина. – 2-е изд. – Санкт-Петербург : Питер, 2008. – 544 с. – Текст : непосредственный.
[47] Шуренкова, С. С. Правовое урегулирование конфликтов в межэтнической среде: перспективы использования медиации / С. С. Шуренкова, А. Н. Корсаков, В. Н. Гришай. – DOI: 10.23672/SAE.2018.2018.19351. – Текст : непосредственный // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2018. – № 10. – С. 194–200.

References

[1] Deutsch, M. (1973). The constructive and destructive processes. New Haven and London, pp. 13-17. (In English).
[2] Drobizheva, L. M., Daen, D. V., Kuznetsov, I. M., Kuropyatnik, A. I., Mikhaylova, O. A., Peshkova, V. M.,… Khomyakov, M. B. (2003). Sotsiologiya mezhetnicheskoy tolerantnosti. Moscow, Institute of Sociology of the Russian Academy of Sciences Publ., 220 p. (In Russian).
[3] Ukaz Prezidenta Rossiyskoy Federatsii "O Strategii gosudarstvennoy natsional'noy politiki Rossiyskoy Federatsii na period do 2025 goda" (s izmeneniyami na 6 dekabrya 2018 goda). (In Russian). Available at: http: //docs.cntd.ru/document/902387360

[4] Avksent'ev, V. A. Etnicheskaya konfliktologiya: problemy stanovleniya. (In Russian). Available at: https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Polit/Article/Avk_EtnKonf.php
[5] Arutyunyan, Yu. V. (2009). Rossiyane: problemy formirovaniya natsional'no-grazhdanskoy identichnosti v svete dannykh etnosotsiologii. Social sciences and contemporary world, (4), pp. 91-98. (In Russian).
[6] Bromley, Yu. V. (1983). Ocherki teorii etnosa. Moscow, Nauka Publ., 412 p. (In Russian).
[7] Viner, B. E. (2005). Postmodern constructivism in Russian Ethnology. The Journal of sociology and social anthropology, 8(3), 114-130. (In Russian).
[8] Gumilev, L. N. (1993). Drevnyaya Rus' i Velikaya step'. Moscow, Mysl', Publ., 781 p. (In Russian).
[9] Kochetkov, V. V. (2002). Psikhologiya mezhkul'turnykh razlichiy. Moscow, Per Se Publ., 416 p. (In Russian).
[10] Tishkov, V. A. (2005). On Cultural Diversity. Ethnographic review, (1), pp. 3-22. (In Russian).
[11] Ageev, V. S. (1990). Mezhgruppovoe vzaimodeystvie: sotsial'no-psikhologicheskie problemy. Moscow, Moscow State University Publ., 240 p. (In Russian).
[12] Bardier, G. L. (2005). Sotsial'naya psikhologiya tolerantnosti. St. Petersburg, St. Petersburg University Publ., 120 p. (In Russian).
[13] Nalchadzhyan, A. A. (2004). Etnopsikhologiya. 2nd edition. St. Petersburg, Piter Publ., 381 p. (In Russian).
[14] Lebedeva, N. M., Khotinets, V. Yu., Vyskochil, A. A., & Gayurova, Yu. A. (2003). Psikhologicheskie issledovaniya etnicheskoy tolerantnosti. Ekaterinburg, Ural University Publ., 240 p. (In Russian).
[15] Soldatova, G. U. (1998). Psikhologiya mezhetnicheskoy napryazhennosti Moscow, Smysl Publ., 389 p. (In Russian).
[16] Stefanenko, T. G. (2009). Ethnic identity: from Ethnology to social psychology. Moscow University Psychology Bulletin, (2), pp. 3-17. (In Russian).
[17] Khotinets, V. Yu. Etnicheskaya identichnost' i tolerantnost'. (2002). Ekaterinburg, Ural University Publ., 124 p. (In Russian).
[18] Gudkov, L. D. (2007). Why do we dislike the non-residents? Universe of Russia. Sociology. Ethnology, 16(2), pp. 48-84. (In Russian).
[19] Drobizheva, L. M. (2011). Rossiyskaya identichnost' i mezhetnicheskie otnosheniya: 20 let reform. Ethnopanorama, (3-4), pp. 6-10. (In Russian).
[20] Dmitriev, A. V. (2006). Migratsiya: konfliktnoe izmerenie. Moscow, Alpha-M Publ., 432 p. (In Russian).
[21] Zdravomyslov, A. G. (1999). Sotsiologiya rossiyskogo krizisa: ctat'i i doklady 90-kh godov. Moscow, Nauka Publ., 352 p. (In Russian).
[22] Mukomel', V. I. (2005). Grani intolerantnosti (migrantofobii, etnofobii). Sotsiologicheskie issledovaniya, (2(250)), pp. 56-66. (In Russian).
[23] Pain, E. A. (2004). Mezhdu imperiey i natsiey: proekt i ego traditsionalistskaya al'ternativa v natsional'noy politike Rossii. 2nd edition, expanded. Moscow, Novoe izdatel'stvo Publ., 248 p. (In Russian).

[24] Tkacheva, N. A. (2011). Migratsionnaya politika regiona: sotsial'noe izmerenie. Tyumen, Vektor Buk Publ., 156 p. (In Russian).
[25] Khairullina, N. G. (2015). Interethnic relations in the Tyumen region: research results. Eurasian law journal, 6(85), pp. 322-323. (In Russian).
[26] Shipilov, A. V. (2008). "Svoi", "chuzhie" i drugie. Moscow, Progress-Tradiciya Publ., 568 p. (In Russian).
[27] Aronson, E., Wilson, G., & Eikert, R. (2002). Social psychology. (In English).
[28] Berkowitz, L. (1993). Aggression: Its causes, consequences, and control. Boston, Mcgraw-Hill Book Company. (In English).
[29] Gleyzer, N. (1998). Mul'tietnicheskie obshchestva: problemy demograficheskogo, religioznogo i kul'turnogo raznoobraziya. Ethnographic review, (6), pp. 98-104. (In Russian).
[30] Anderson, B., Acton, L., & Bauer, O. (1996). Mapping the Nation. New Left Review. (In English).
[31] Shibutani, T. (2002). Sotsial'naya psikhologiya. Rostov-on-Don, Phoenix Publ., 544 p. (In Russian).
[32] Habermas, Yu. (2006). When we have to be tolerant. on competing visions of the world, of values, and of theories. Sotsiologicheskie issledovaniya, (1), pp. 45-53. (In Russian).
[33] Huntington, S. P. (1996). The clash of civilizations and the remaking of world order (In English).
[34] Hesley, V. L. (1996). Nationalism and patterns of the solution of ethnic contradictions. Polis. Political studies, (6), pp. 39-51. (In Russian).
[35] Ymke de Bruijn, Chantal Amoureus, Rosanneke A. G. Emmen, & Judi Mesman (2020). Interethnic Prejudice Against Muslims Among White Dutch Children. Journal of Cross-Cultural Psychology, 51(3-4), pp. 203-221. (In English). DOI: 10.1177/00220 22120908346
[36] Cleven, E. (2020). Making Connections? A Study of Interethnic Dialogue in a Divided Community in Bosnia and Herzegovina. Journal Ethnopolitics Formerly Global Review of Ethnopolitics, 19(2), pp. 125-149. (In English). DOI: 10.1080/17449057. 2019.1647666
[37] Schlueter, E., Masso, A., & Davidov, E. (2020). What factors explain anti-Muslim prejudice? An assessment of the effects of Muslim population size, institutional characteristics and immigration-related media claims. Journal of Ethnic and Migration Studies, 46(3). Pp. 649-664. (In English). DOI : 10.1080/1369183X.2018.1550160.
[38] Bagci, S. C., Piyale, Z. E., & Ebcim, E. (2017). Imagined contact in high conflict settings: The role of ethnic group identification and the perspective of minority group members. Journal of Applied Social Psychology, 48(1), pp. 3-14. (In English). DOI: 10.1111/jasp.12485
[39] Danielian, P. S., & Saslonkina, O. V. (2016). To the question of the role of national communities in the regulation of ethnic conflicts. Communicology, (4(3)), pp. 110-119. (In Russian).
[40] Pain, E. A., & Popov, A. A. (1990). Mezhnatsional'nye konflikty v SSSR (nekotorye podkhody k izucheniyu i prakticheskomu resheniyu). Sovetskaya etnografiya, (1), pp. 3-15. (In Russian).

[41] Khokhlov, A. S. (2014). Konfliktologiya. Istoriya. Teoriya. Praktika. Samara, SF GBOU VPO MGPU Publ., 312 p. (In Russian).

[42] Grigor'eva, K. S., Epikhina, Yu. B., Kuznetsov, I. M., Mastikova, N. S., Mukomel', V. I., Fadeev, P. V., Chernysh, M. F. (2017). Sotsial'nye faktory mezhetnicheskoj napryazhennosti v Rossii. Moscow, FNISTS RAN Publ., 329 p. (In Russian).

[43] Birzhenyuk, G. M. (Ed.) Konfliktolog - professiya XXI veka. (2014). St. Petersburg, Saint Petersburg University of trade unions Publ., 540 p. (In Russian).

[44] Gorbunova, A. A., Maksimova, S. G. (2015). Regulation of interethnic relations (based on research materials in the Altai territory). Proceedings of the Altai state University, 1(3(87)), pp. 163-166. (In Russian). DOI: 10.14258/izvasu(2015)3.1-31

[45] Zerkin, D. P. (1998). Osnovy konfliktologii : kurs lektsiy. Rostov-on-Don, Phoenix Publ., 480 p. (In Russian).

[46] Grishina, N. V. (2008). Psikhologiya konflikta. 2nd edition. St. Petersburg. Piter Publ., 544 p. (In Russian).

[47] Shurenkova, S. S., Korsakov, A. N., & Grishay, V. N. (2018). Legal settlement of conflicts in the interethnic environment: prospects of mediation. Humanities, Social-economic and Social Sciences, (10), pp. 194-197. (In Russian). DOI: 10.23672/SAE.2018.2018.19351

Получена / Submitted: 11/01/2021
Доработана / Revised: 04/03/2021
Принята к публикации / Accepted: 15/04/2021

DOI: 10.31660/1993-1824-2021-2-86-101

УДК 316.422.4

Качество жизни человека в регионе под влиянием процессов цифровизации: программы реализации, оценка

Лариса Леонидовна Павлова[1], Олег Михайлович Барбаков[2]

[1]*Кафедра маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия*
[2]*Кафедра бизнес-информатики и математики, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия*

Аннотация. Качество уровня жизни человека в современном мире является одним из самых актуальных вопросов, поскольку включает в себя объективную (измеримую) составляющую расчета конкретных показателей (количество школ/больниц/безработица/жилая площадь/наличие личного автомобиля/цифровое благосостояние и т. д.) и субъективную, то есть самостоятельную оценку человеком уровня своего благосостояния, так называемый Индекс счастья. Влияние цифровых процессов на качество жизни человека наблюдается во всех сферах. В социальной сфере это «умная» медицина, открытое образование, «умные» города, беспилотный транспорт, шеринговые услуги и др.; в сфере финансовых услуг населению это отказ от наличных денег, электронные банковские услуги, и пр.; большой рост использования цифровых технологий для покупки и продажи населением товаров и услуг. В связи с этим представляется интересным изучение влияния процессов цифровизации в Тюменской области и оценки их влияния на качество жизни человека. Исследование качества жизни человека в регионе под влиянием процессов цифровизации планируется осуществить в несколько этапов. В данной статье представлена первая часть исследования.

Ключевые слова: качество жизни, цифровизация, влияние процессов цифровизации.

The quality of human life in the region under the influence of digitalization processes: implementation programs, assessment

Larisa L. Pavlova[1], Oleg M. Barbakov[2]

[1]*Department of Marketing and Government Administration, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russia*
[2]*Department of Business Informatics and Mathematics, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russia*

Abstract. The quality of the human standard of living in the modern world is one of the most pressing issues, since it includes an objective (measurable) component of the calculation of specific indicators (the number of schools/hospitals/unemployment/living space/having a personal car/digital welfare, etc.) and subjective, that is a person's self-assessment of the level of their well-being, the so called Index of Happiness. The impact of digital processes on the quality of human life is observed in all areas.

In the social sphere, these are "smart" medicine, open education, "smart" cities, unmanned vehicles, sharing services, etc.; in the field of financial services to the population this is the refusal of cash, electronic banking services, etc.; a large increase in the use of digital technologies for the purchase and sale of goods and services by the population. In this regard, it seems interesting to study the impact of digitalization processes in Tyumen region and assess their impact on the quality of human life. The study of the quality of human life in the region under the influence of digitalization processes is planned to be carried out in several stages. In this article, we present the first part of the study.

Keywords: quality of life, digitalization, impact of digitalization processes.

Введение

Стремительное внедрение цифровых технологий в различные сферы жизни нашего общества, наблюдаемое последние 10–15 лет, кардинально изменило окружающую нас действительность. Мир стал другим, он стал «цифровым». Мы уже не представляем нашу жизнь без информационно-телекоммуникационной сети Интернет, устройств входа/выхода в нее (планшетов, смартфонов, умных часов, фитнес-браслетов и т. п.) и возможностей искусственного интеллекта по обработке большого объема данных. Созданные цифровые платформы позволяют получить широкий спектр услуг: записаться к врачу, купить продукты, заказать такси, оформить кредит в банке, оплатить услуги ЖКХ, найти нужную информацию, и все это не выходя из дома.

В целом цифровые технологии создают в городах новое качество жизни, и это обусловливает исследовательский интерес к изучению влияния цифровой среды на качество жизни человека, выявлению ее особенностей, места и роли в ряду других составляющих качества жизни населения.

Вместе с тем анализ выступлений Президента Российской Федерации [1], ряда документов Правительства Российской Федерации [2–5] показывает, что мы находимся только на пороге революционных технологических преобразований ближайшего десятилетия. Локомотивом для ускорения экономического развития России становится масштабная цифровая трансформация нашего общества. Как подчеркнул В. В. Путин на международной конференции Artificial Intelligence Journey 4 декабря 2020 года: «Наши планы повсеместного внедрения искусственного интеллекта, цифровой трансформации по глубине изменений во всех сферах, аналогов, безусловно, не имеют. Нет таких аналогов. Собственно говоря, их и нигде нет и нигде не было. Они действительно затронут каждого человека, каждую семью, каждую отрасль экономики и социальной сферы, каждую организацию и предприятие. И каждый уровень власти, каждый уровень управления, всю систему государственного управления» [1; 6].

Для реализации столь масштабных планов предполагается решение целого комплекса задач в рамках национальных проектов, в том числе увеличение в четыре раза инвестиций в российские программные решения. Для IT-отрасли в целом — это создание благоприятных условий функционирования, это снижение страховых взносов, преференции по налогам и сборам, финансовая поддержка и т. п.

Риски игнорирования или намеренного торможения цифровых процессов могут иметь серьезные последствия по переходу к новому технологическому укладу и снижению качества жизни населения, так и снижению конкурентоспособности российской экономики, еще не в полной мере внедрившей цифровые технологии в различные отрасли.

В настоящее время важность создания системы цифровой экономики признана на национальном уровне: принята программа «Цифровая экономика Российской Федерации» в рамках Стратегии развития информационного общества в Российской Федерации на 2017–2030 годы. Особенностью настоящего времени является возникновение большого количества отдельных цифровых решений, приводящих к созданию многомерных цифровых информационных систем, для которых характерно возрастающее увеличение ценности для пользователей. В целом эти процессы создают в городах новое качество жизни, и это обусловливает исследовательский интерес к изучению влияния цифровой среды на качество жизни человека, выявлению ее особенностей, места и роли в ряду других составляющих качества жизни населения.

Для органов власти и местного самоуправления формируется новая задача — достижение высокого качества жизни в условиях замедления экономического развития. Замедление экономики, связанное с угрозой распространения новой коронавирусной инфекции, отрицательно повлияло на социально-экономическое развитие. Вызовы времени требуют перенастроить в кратчайшие сроки деятельность жизненно важных секторов социальной сферы (здравоохранение, обеспечение продуктами питания, ЖКХ, образование и др.), оптимизируя их деятельность с помощью цифровых решений.

Несмотря на высокие показатели Тюменской области в рейтингах качества жизни населения и рейтингах цифровизации, развитие современных информационно-коммуникационных технологий в отраслях социальной сферы имеет ряд следующих проблем: снижение расходов областного бюджета на государственную программу Тюменской области «Развитие информатизации» с 1 703 млн руб. в 2020 году до 1 133 млн руб. в 2022 году [7]; острая нехватка специалистов IT сферы; недостатки мощностей регионального центра хранения и обработки данных (ЦХОД); обеспечение защиты прав и интересов в киберпространстве и др.

Материалы и методы

Повышение значимости цифровой среды требует переосмысления имеющихся концептуальных подходов к пониманию качества жизни человека, разработке методологических и методических подходов к их измерению. Возможность исследования структуры цифровой среды человека, оценки и ранжирования влияния процессов цифровизации на разные стороны жизнедеятельности человека в Тюменской области позволит разработать рекомендации по формированию цифрового сервиса (цифровой двойник социальной среды региона), объединить разные сферы жизни человека в Тюменской области и получить новые возможности (цифровые блага).

В ходе разработки теоретико-методического аппарата для изучения воздействия цифровой экономики на качество жизни населения региона потребуется решить широкий круг исследовательских вопросов:

1) исследование IT-решений в социальной сфере за рубежом; государственные программы в сфере цифровизации в России и особенности государственной поддержки IT-сферы в Тюменской области;

2) методология оценки качества жизни населения в России и мире; методика оценки цифрового качества жизни населения;

3) исследование структуры цифровой среды человека: работа, обучение, медицинские услуги, электронная коммерция и др. в Тюменской области с применением возможностей Google Trends;

4) оценка эволюции социальных мобильных цифровых приложений, разработанных для жителей Тюменской области и их рейтинг в App Store.

Научная новизна исследований данного направления заключается, во-первых, в объединении специфических подходов и методов естественных, гуманитарных и технических наук, направленных на решение имплицитных социо-экономических и социопсихологических проблем влияния цифровых процессов на качество жизни человека; во-вторых, в разработке методики оценки (ранжировании) влияния цифровой среды на человека; в-третьих, в анализе возможностей формирования объединяющего цифрового сервиса в регионе.

Результаты и обсуждение

Развитие современных цифровых технологий в отраслях социальной сферы, особенно в образовании, здравоохранении, социальном обслуживании, становится важным фактором повышения доступности и качества предоставления государственных, муниципальных услуг, и других благ, что в итоге существенным образом оказывает влияние на качество жизни населения.

В июне 2018 года швейцарская бизнес-школа IMD опубликовала международный рейтинг конкурентоспособности в цифровой среде, в пятерку лидеров вошли США, Сингапур, Швеция, Дания, Швейцария. Так, в США с 2016 года действует программа «Digital Economy Agenda», в которой Интернет раскрывается как глобальная платформа для общения, торговли, выражения людей как личностей и для инноваций. В Министерстве торговли США действует программа «Цифровой атташе» («Digital Attache»). В 2014 году в Сингапуре власти запустили программу городского развития Smart Nation — «Умная нация». В Швеции действует государственная информационно-технологическая политика «Информационное общество для всех»; с 2020 года тестируется электронная версия шведской кроны — e-krona [8]. Программа «Цифровая стратегия Дании 2016–2020 гг.» определила три ключевые цели ее реализации: 1) производительный и эффективный государственный сектор; 2) государственные услуги, создающие ценность для граждан и бизнеса; 3) публичная оцифровка, поддерживающая рост бизнеса [1]. В Швейцарии в 2016 году правительство приняло стратегию цифровизации Digital Switzerland, включающую в себя цифровую грамотность, безопасность, инновации, лидерство и инфраструктуру [8].

В России обеспечение ускоренного внедрения цифровых технологий в экономике и социальной сфере является одной из национальных целей развития РФ на период

до 2024 года, согласно Указу Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года». На период 01.10.2018–31.10.2024 в России реализуется Национальный проект «Цифровая экономика Российской Федерации». Реализуются программы и на региональном и на локальном уровнях, например, государственная программа Москвы «Умный город — 2030» определяет приоритеты, цели и задачи государственного управления и развития в сфере цифровых технологий в Москве до 2030 года; в Московской области в целях совершенствования государственного управления посредством внедрения цифровой экономики в Московской области реализуется комплекс программных мероприятий в рамках государственной программы «Цифровое Подмосковье» на 2018–2021 годы; в рамках государственных программ Свердловской, Тюменской, Курганской, Челябинской областей и в других субъектах РФ реализуются региональные проекты «Информационная инфраструктура», «Кадры для цифровой экономики», «Информационная безопасность», «Цифровые технологии», «Цифровое государственное управление».

Как видно из приведенных данных, все нововведения принимаются (реализуются) в целях и интересах населения, конечным результатом таких инноваций в социальной и экономической сферах жизнедеятельности общества является повышение качества жизни населения, на практике реализуя второй и третий принцип предложенной концепции развития социально-экономической системы (общества).

Важность исследования для Тюменской области. В Тюменской области отмечаются высокие результаты состояния и динамики цифровизации по различным направлениям: ИТ-кадры, исследовательские компетенции и технологические заделы, информационная инфраструктура, информационная безопасность, экономические показатели и социальные эффекты от внедрения цифровых технологий. Важность создания системы цифровой экономики на региональном уровне подтверждается принятием Закона Тюменской области от 24 марта 2020 года № 23 «Об утверждении стратегии социально-экономического развития Тюменской области до 2030 года»; принятыми и реализуемыми региональными проектами «Информационная инфраструктура», «Кадры для цифровой экономики», «Информационная безопасность», «Цифровые технологии», «Цифровое государственное управление» [7; 9].

В Тюменской области выстроена система преференций для региональных IT-компаний: льготное налогообложение, субсидии на создание и испытание опытных образцов, на научно-исследовательские работы, на закупку оборудования; осуществляется финансовая поддержка в форме — «инновационные займы»; созданы условия для аренды помещений в Тюменском технопарке и в IT-инкубаторе — 1 руб. за квадратный метр площади. В 2018 году был проведен конкурс «Битва стартапов» на неделе инноваций в Тюменской области; проведены Тюменский цифровой форум и выставка информационных технологий «Инфотех» (проводится в регионе ежегодно). Образовательный проект «Школа инновационного мышлений» нацелен на повышение компетенций у IT-специалистов; с марта 2019 года стартовал проект «Точка кипения», целью которого явились поиск и реализация новых прорывных идей и выявление новых талантов. В общеобразовательных учреждениях Тюменской области действуют учебные классы «АйТиЛаб» и «РобоЛаб» и «ПроектЛаб» в вузах Тюменской области.

Кроме того, в Тюменской области организуется обучение жителей региона цифровым компетенциям в рамках программы «Расширяя горизонты».

IT-решения в социальной сфере. В сфере здравоохранения 100 % пациентов имеют электронную медицинскую карту, есть опыт внедрения телемедицинских технологий.

В образовательных учреждениях области 100 % учреждений используют единую централизованную информационную систему, в информационной системе «Электронная школа» реализована также функция «Учет питания».

Растет число пользователей региональных мобильных приложений «Медицина 72», «ЖКХ 72», «Транспорт 72», «Образование 72», «Запись 72».

Технологии «Умный город» реализованы в информационной системе «Единая диспетчерская служба», информационной системе экстренных оперативных служб «Система-112»; увеличивается количество объектов единой системы видеонаблюдения (на остановочных комплексах областного центра, на вокзалах).

Проект получения геоаналитических данных по численности и динамике плотности населения на основе данных мобильных операторов применяется для решения актуальных задач в сфере транспортного обслуживания и градостроительства [10].

В рейтинге регионов по развитию информационного общества, по данным Минкомсвязи России, в 2017 году Тюменская область заняла 2-е место. В рейтинге «Цифровая Россия», проводимом Московской школой управления «Сколково», по итогам 2018 года Тюменская область — на 5-м месте. По итогам 2019 года Тюменская область, ХМАО и ЯНАО вошли в ТОП-15 Регионального рейтинга по качеству жизни населения за 2019 год по данным РИА Новости. Данный рейтинг формировался по 70 показателям, характеризующим такие аспекты качества жизни в регионе, как уровень доходов жителей, занятость и рынок труда, жилищные условия, безопасность проживания, демографическая ситуация, экологические и климатические условия, здоровье и уровень образования, обеспеченность социальной инфраструктурой, уровень экономического развития, уровень развития малого бизнеса, освоенность территории и развитие транспортной инфраструктуры. Были использованы данные Росстата, Минздрава и Минфина России, ЦБ и другие открытые источники.

Междисциплинарное системное понятие «качество жизни» характеризует многообразие сторон жизнедеятельности человека, а также уровень удовлетворения потребностей (материальных, духовных, социальных), степень развития (интеллектуального, культурного, физического) и обеспечения безопасности жизнедеятельности.

Качество жизни населения имеет различные трактовки и может быть уточнено в свете происходящей цифровой трансформации общества. Воздействие цифровой экономики на качество жизни населения имеет системный характер; цифровые решения в социальной сфере, получаемые человеком, существенным образом воздействуют на его качество жизни — это цифровая мобильность взаимодействия с государством (регионом) муниципалитетом; цифровое взаимодействие с медицинскими учреждениями (телемедицина, запись к врачу, электронные медицинские карты); весь спектр цифровых образовательных услуг; цифровое культурное взаимодействие; цифровая трудовая деятельность (удаленный формат работы); электронная торговля и др.

В рамках международных и отечественных исследований существуют разные методологические подходы оценки качества жизни человека; они отличаются от стадии экономического развития государства, применяемых индикаторов.

К числу наиболее часто используемых показателей качества жизни в международных исследованиях относят следующие:

1) индекс развития человека (ИРЧ);

2) индекс качества жизни в городах мира, рассчитываемый ежегодно транснациональной консалтинговой группой Mercer Human Resource Consulting;

3) индекс качества жизни населения, разработанный специалистами компании Economist Intelligent Unit;

4) в рамках ежегодного глобального международного опроса Ассоциации Gallup International «Глобальный Барометр Надежды и Отчаяния», проведенного в декабре 2011 года среди 58 стран мира, рассчитывался Индекс счастья.

В России разработаны следующие методологические подходы для измерения качества жизни:

1) методология измерения и оценки качества жизни населения России (автор: Всероссийский научно-исследовательский институт технической эстетики);

2) рейтинг качества жизни населения в российских регионах (автор: агентство «РИА Рейтинг»).

Влияние цифровизации на различные стороны жизнедеятельности человека представлены в работах многих ученых. Так, влияние цифровизации на российскую экономику и общество рассмотрено в работах В. Г. Халина, Г. В Черновой (2019). Влияние цифровизации экономики на благосостояние развитых и развивающихся стран рассмотрены в работах А. А. Зверевой, Ж. С. Беляевой, С. Кази (2017–2020). Оценка влияния смарт-технологий на развитие человеческого капитала — в работах Н. В. Городновой, Д. Л. Скипина (2019–2020). Проблемам цифровых компетенций посвящены работы Ю. П. Преображенского, Н. Д. Бермана, Л. В. Шмельковой, И. П. Гладилиной, Н. Н. Кадырова, Г. И. Абдрахмановой, К. О. Вишневского, Л. М. Гохберга, Т. В. Ершовой, С. В. Зава, Т. А. Гилевой (2016–2020). Оценка влияния цифровизации на образовательную среду рассмотрены в работах у Н. Н. Кафидулиной, Н. В. Кузнецова, Н. П. Петровой (2017–2020). Воздействие цифровизации на рынок труда изучено в работах О. В. Сенокосовой, Е. Д. Вайсмана, М. В. Подшиваловой, Ю. В. Иванчиной, Е. А. Истоминой, А. Б. Кознова, Ф. Фоссен, А. Зоргнер, Н. Б. Бобкова, Е. А. Черных (2018–2020) и др.

Вопросы оценки и измерения влияния цифровой трансформации сферы услуг на качество жизни населения исследованы Н. А. Восколович, Г. П. Литвинцевой, А. В. Шмаковым, Е. А. Стукаленко, С. П. Петровым, З. В. Басаевым, Н. В. Студеникиным, Н. А. Симченко, Е. С. Андрющенко, И. А. Троян, Г. П. Коруновым, С. Н. Кройтор. «Комбинированная методика оценки цифровой составляющей качества жизни населения» и методика определения «Российского индекса цифровой составляющей качества жизни населения» (РРИЦКЖН) разработана Г. П. Литвинцевой, А. А. Шмаковым, Е. А. Стукаленко, С. П. Петровым (2018–2020) [11–17].

Как видно из анализа современного состояния исследований в данной области, данная тема пристально исследуется учеными.

Далее представим результаты анализа видов цифровых сервисов, разработанных в Тюменской области, и их рейтинги, начиная с 2013 года по настоящее время (таблица).

Эволюция видов цифровых сервисов в Тюменской области

Место	Рейтинг цифровых приложений в Тюменской области в 2013 г.	Рейтинг цифровых приложений в Тюменской области на начало 2014 г.	Рейтинг цифровых приложений в Тюменской области в 2016 г.	Рейтинг цифровых приложений в Тюменской области на начало 2019 г.	Рейтинг цифровых приложений в Тюменской области на конец 2019 г., составленный администрацией г. Тюмени	Рейтинг цифровых приложений в Тюменской области в 2020 г.
1	Приложение «Тюменьгортранса»	Тюмень. Транспорт	Моя Тюмень	Медицина 72	Тюмень — наш дом	Медицина 72
2	Афиша Тюмени	Медицина 72	Парковки Тюмени	Бизнес 72	Медицина 72	ЖКХ 72
3	Недвижимость Тюмени, Объявления Тюмени	Транспортная карта Тюмени	Медицина 72	Образование 72	Парковки Тюмень	ЗАГС 72
4	Транспортная карта	Мобильный МФЦ	Тюмень. Транспорт	Транспорт 72	Я решаю	Запись 72
5	Новая Тюмень	Lafaet (интернет-магазин мишек и цветов)	Образование 72	ЖКХ 72	Электронная школа	Образование 72
6	Мегаеда	Выписка Егрюл Тюмень	—	Пойдем в музей	Тюмень. Транспорт	Виртуальный консультант 72
7	Тюменский бизнес-журнал	Этажи Недвижимость и Квартиры	—	ЗАГС 72	—	Транспорт 72
8	Арсенал плюс	Арсенал+	—	—	—	Форум 72
9	Маркетинг-Консультант	Такси Олимп	—	—	—	—
10	Красная карта	Максим: заказ такси	—	—	—	—
Источник	БЕZ-формата	Вслух.ру	Выбирай	Комсомольская правда	Тюменская линия	Вслух.ру

Далее видится интересным показать, какие поисковые запросы в сети Интернет наиболее востребованы у жителей области. Предлагаем динамику популярности поисковых запросов оценить с помощью Google Trends. Итак, в период с 8.02.2020 по 8.02.2021 поисковые запросы в сети Интернет по Тюменской области представлены на рисунках 1–6, а также показаны их пиковые значения.

Следуя методологии проводимого исследования, определим выборку наиболее популярных цифровых сервисов, чаще всего используемых жителями Тюменской области.

Для исключения погрешности (человеческого фактора) определения данных сервисов целесообразно воспользоваться Google Trends.

Как видно из представленной инфографики (см. рис. 1–6), наиболее популярными запросами являются следующие: 1) «В целом социальные запросы» — «Госуслуги»

и «Веб образование»; 2) «Электронная коммерция» — «OZON» и «Валдберис»; 3) «Развлекательный контент» — «ВКонтакте» и «Одноклассники»; 4) «Занятость» — «hh» и «Работа. ру»; 5) «Образование» — платформа готового домашнего задания «ГДЗ» и «Образование 72»; 6) «Медицина» — «Аптека» и «Врач».

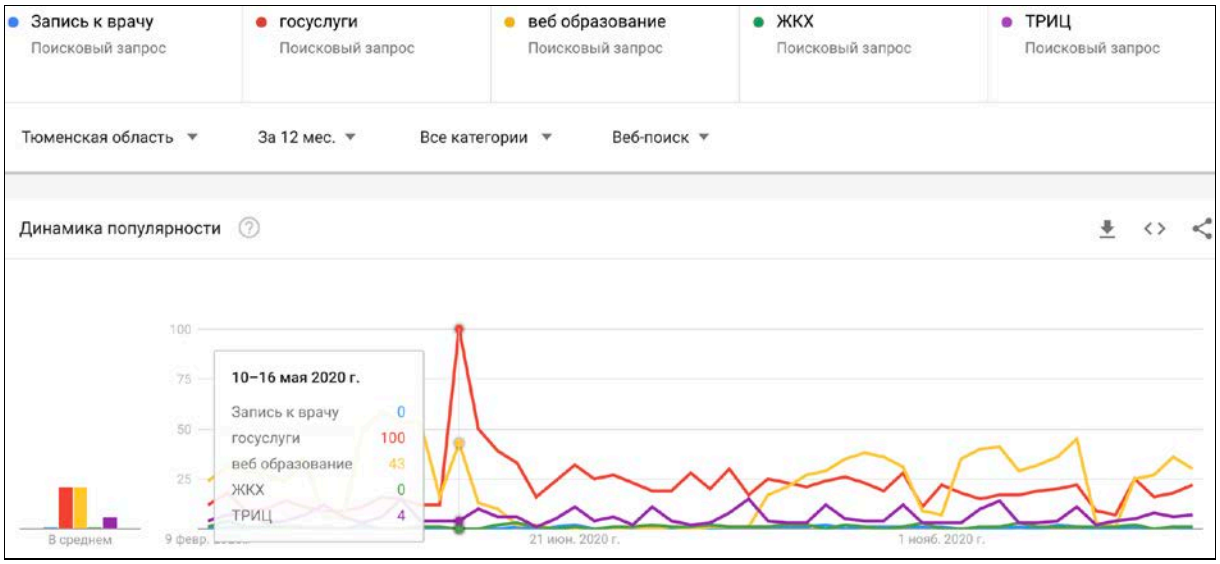


Рисунок 1. ***Динамика популярности поисковых запросов в период 8.02.2020-8.02.2021 в сети Интернет в Тюменской области (в целом — социальные запросы) [18]***

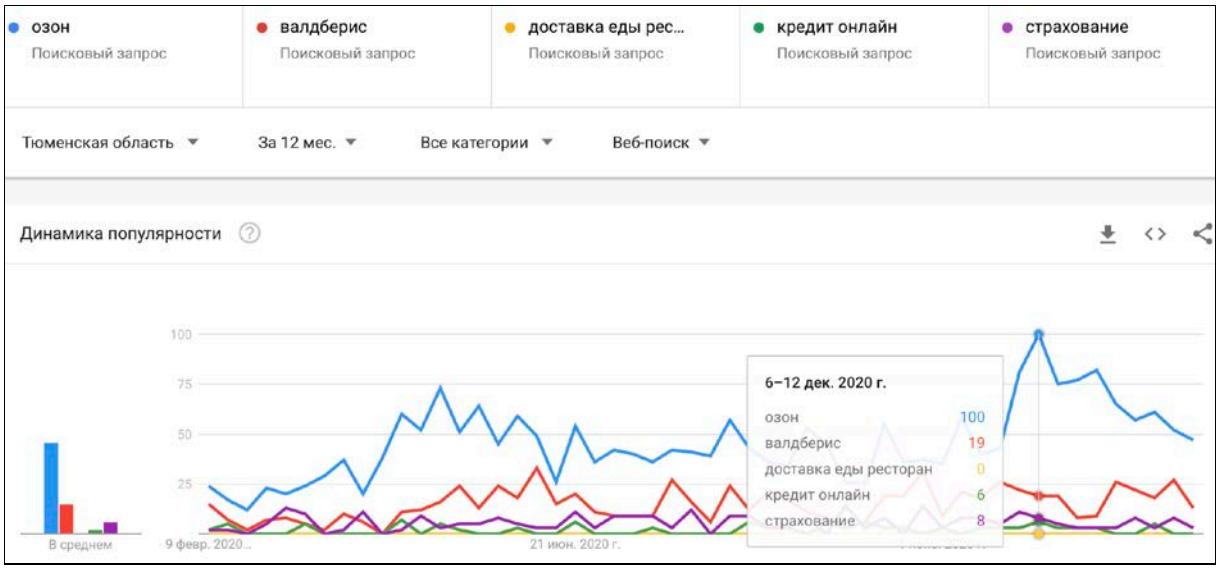


Рисунок 2. ***Динамика популярности поисковых запросов «Электронная коммерция» в период 8.02.2020-8.02.2021 в сети Интернет Тюменской области [19]***

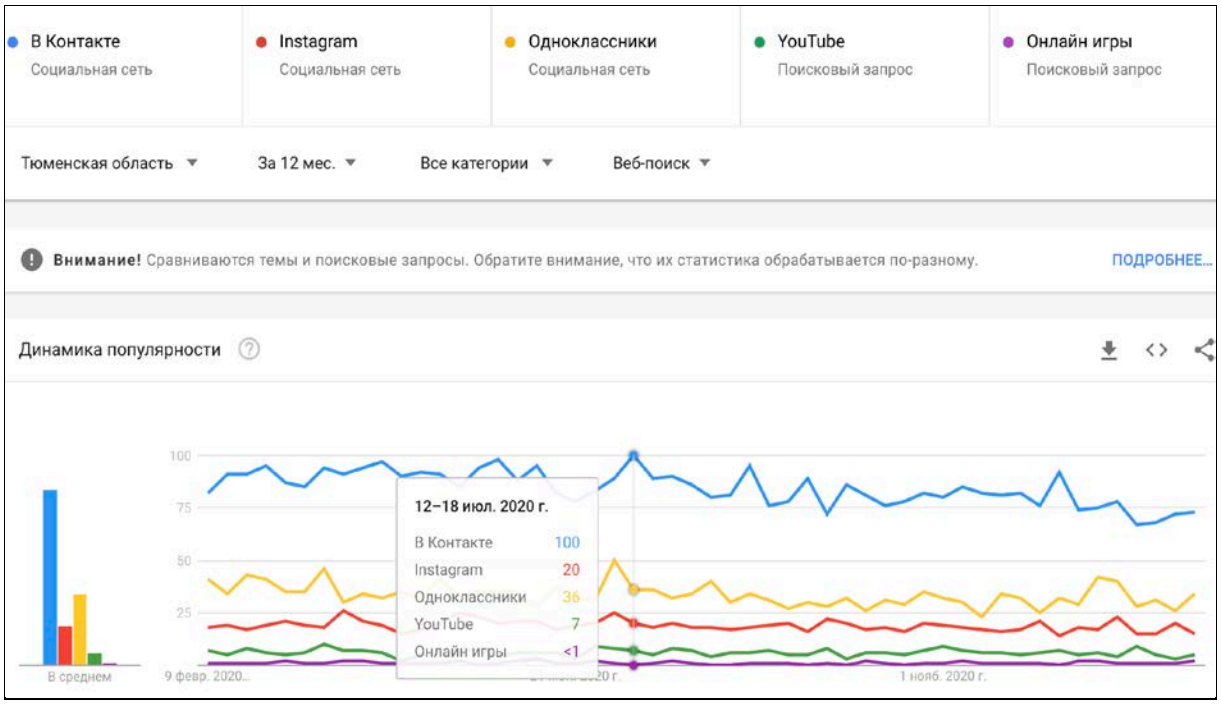


Рисунок 3. ***Динамика популярности поисковых запросов «Развлекательный контент» в период 8.02.2020-8.02.2021 в сети Интернет Тюменской области [20]***

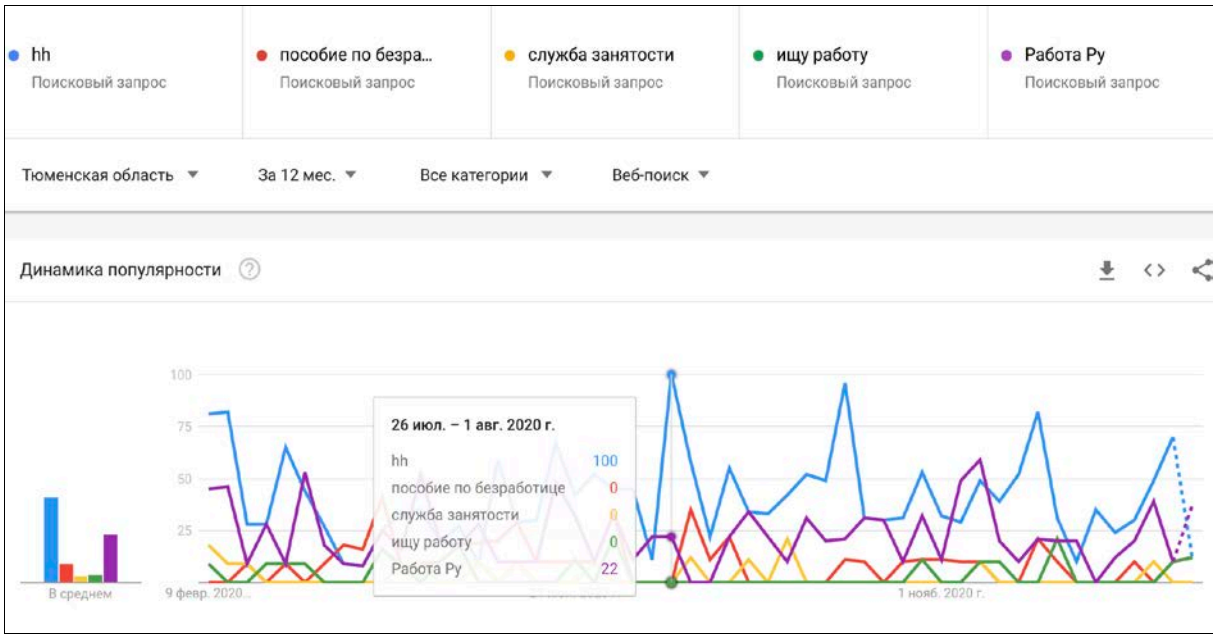


Рисунок 4. ***Динамика популярности поисковых запросов «Занятость» в период 8.02.2020-8.02.2021 в сети Интернет Тюменской области [21]***

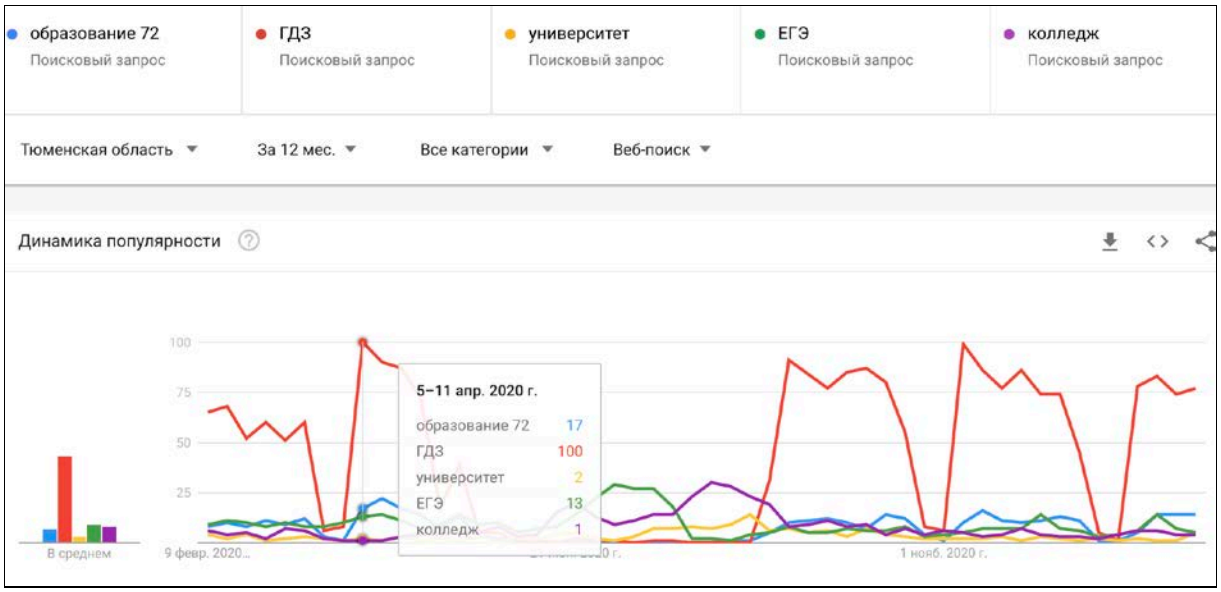


Рисунок 5. ***Динамика популярности поисковых запросов «Образование» в период 8.02.2020-8.02.2021 в сети Интернет Тюменской области [22]***

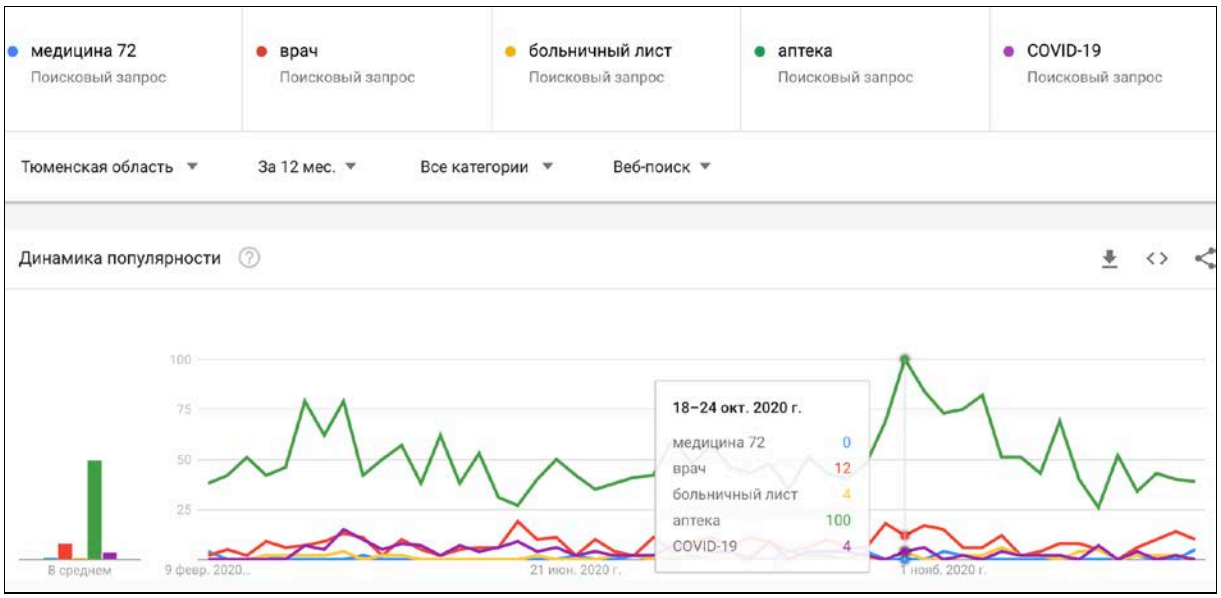


Рисунок 6. ***Динамика популярности поисковых запросов «Медицина» в период 8.02.2020-8.02.2021 в сети Интернет Тюменской области [23]***

Далее представим результаты анализа рейтинга социальных мобильных приложений, разработанных в Тюменской области, по данным App Store. Итак, мобильное приложение «Медицина 72» имеет рейтинг 1,5 звезды из 5 возможных и в основном отрицательные отзывы, например: «Невозможно записаться к врачу», «Невозможно посмотреть данные своей записи на прием», «Не дает внести свои данные», «Постоянно выдает ошибку»; мобильное приложение «ЖКХ 72», рейтинг 1,5 звезды из 5, имеет та-

кие отзывы, как: «Невозможно подать показания всех приборов учета», «Сложности в проведении оплаты»; мобильное приложение «Образование 72» имеет рейтинг 1,9 звезды из 5 и много отрицательных отзывов: «Сложности входа в приложение»; «Не видно оценки и названия учебных предметов» и др.; мобильное приложение «Запись 72» — рейтинг 1,8 из 5. Приложение «Транспорт 72» с рейтингом 2,7 звезд из 5 — это высокий рейтинг по сравнению с другими региональными приложениями; сервис «Телемед 72» имеет высокий рейтинг по сравнению с другими сервисами — 2,6 балла из 5. Среди недостатков приложения пользователи отмечают отмену записи без причин; приложение «Visit Tyumen» — туристический навигатор, имеет более высокую оценку пользователей — 3,8 балла из 5.

Выводы

Исходя из данных, полученных в ходе исследования, можно сделать ряд выводов:

1) в Тюменской области наблюдается эволюция видов цифровых онлайн-сервисов;

2) поисковые запросы в сети Интернет показывают, что у жителей области востребованы те цифровые услуги, которые наиболее часто запрашиваются в сети Интернет. Так, по данным за февраль 2020 — февраль 2021 в рейтинге: «Госуслуги» и «Веб образование»; «OZON» и «Валдберис»; «ВКонтакте» и «Одноклассники»; «hh» и «Работа ру»; «ГДЗ» и «Образование 72»; «Аптека» и «Врач».

3) социально значимыми мобильными приложениям являются Медицина 72, Образование 72, Транспорт 72, ЖКХ 72 и др. Но в то же время, по данным App Store, большинство социально значимых сервисов, разработанных в Тюменской области, имеют невысокий рейтинг у жителей региона.

Полученные результаты свидетельствуют о том, что современные цифровые возможности создают новое и наиболее комфортное качество жизни человека в регионе. Но остаются нерешенными вопросы по созданию качественного и удобного социального цифрового пространства региона, в полной мере удовлетворяющего социальные цифровые потребности человека. Тонкости создания цифрового пространства стоят на стыке многих наук, таких как социология, психология, маркетинг, информационные технологии, нейробиология человека и технические науки. Перед региональными IT-компаниями стоит непростая задача — создать полноценный цифровой двойник социальной среды региона, с учетом потребностей человека.

Библиографический список

[1] Стенограммы выступления Президента Российской Федерации Путина В. В. на международной конференции по искусственному интеллекту Artificial Intelligence Journey (AI Journey 2020) на тему «Искусственный интеллект — главная технология XXI века». – URL: http://prezident.org/tekst/stenogramma-vystuplenija-putina-na-konferencii-po-iskusstvennomu-intellektu-04-12-2020.html (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[2] Общенациональный план действий, обеспечивающих восстановление занятости и доходов населения, рост экономики и долгосрочные структурные изменения в экономике (одобрен Правительством РФ 23.09.2020, протокол № 36, раздел VII), (№ П13-60855 от 02.10.2020). – URL : http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333667/(дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[3] Основные направления деятельности Правительства Российской Федерации на период до 2024 года, утв. Правительством РФ 29.09.2018. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_307872/ (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[4] Паспорт национального проекта «Образование» (утв. президиумом Совета при Президенте РФ по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24.12.2018 № 16). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_319308/ (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[5] Постановление Правительства РФ от 26.12.2017 № 1642 (ред. от 31.12.2020) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации “Развитие образования”» (с изм. и доп., вступ. в силу с 08.01.2021). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286474/ (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[6] Путин призвал развивать цифровизацию. – URL: https://ria.ru/20200610/1572748546.html (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[7] Закон Тюменской области от 24 марта 2020 года № 23 «Об утверждении стратегии социально-экономического развития Тюменской области до 2030 года». – URL: https://beta.docs.cntd.ru/document/570710699 (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[8] Опыт цифровизации в Швеции: обзор ОЭСР. – URL: https://globalcentre.hse.ru/news/221888198.html (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[9] Об областном бюджете на 2020 год и на плановый период 2021 и 2022 годов (с изменениями на 26 октября 2020 года) Закон Тюменской области от 28 ноября 2019 № 85. [сайт] – URL : http://docs.cntd.ru/document/561624024 (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[10] О результатах цифрового развития Тюменской области в 2018 году и задачах 2019 года. – URL : https://d-russia.ru/o-rezultatah-tsifrovogo-razvitiya-tyumenskoj-oblasti-v-2018-godu-i-zadachah-2019-goda.html (дата обращения: 18.04.2021). – Текст : электронный.

[11] Развитие цифровой экономики в России как ключевой фактор экономического роста и повышения качества жизни населения : монография / Г. Н. Андреева, С. В. Бадальянц, Т. Г. Богатырева [и др.]. – Нижний Новгород : Профессиональная наука, 2018. – 131 с. – Текст : непосредственный.

[12] Басаев, З. В. Цифровизация экономики : Россия в контексте глобальной трансформации / З. В. Басаев. – DOI 10.26794/2220-6469-2018-12-4-32-38. – Текст : непосредственный // Мир новой экономики. – 2018. – Т. 12, № 4. – С. 32–38.

[13] Восколович, Н. А. Измерение влияния цифровой трансформации сферы услуг на качество жизни населения / Н. А. Восколович. – Текст : электронный // Государственное управление. Электронный вестник : электронный журнал. – 2019. – Вып. 75. – URL: https://cyberleninka.ru/article/n/izmerenie-vliyaniya-tsifrovoy-transformatsii-sfery-uslug-na-kachestvo-zhizni-naseleniya (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[14] Оценка цифровой составляющей качества жизни населения в регионах РФ / Г. П. Литвинцева, А. В. Шмаков, Е. А. Стукаленко, С. П. Петров. – DOI 10.23683/2073-6606-2019-17-3-107-127. – Текст : непосредственный // Terra Economicus. – 2019. – Т. 17, № 3. – С. 107–127.

[15] Цифровизация социально значимых услуг в условиях цифровой трансформации экономики Республики Крым / Н. А. Симченко, И. А. Троян, М. В. Горячих, Е. С. Андрющенко. – DOI 10.24411/1995-042X-2019-10221. – Текст : непосредственный // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – Т. 13. Вып. 2. – С. 223–234.

[16] Студеникин, Н. В. Влияние цифровых технологий на социальные услуги: мировой опыт и перспективы в России / Н. В. Студеникин. – Текст : непосредственный // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2018. – Вып. 1 – С. 32–36.

[17] Холодная, Е. В. О цифровой трансформации государственного администрирования Дании / Е. В. Холодная. – DOI 10.24411/2227-7315-2020-10121. – Текст : непосредственный // Вестник Саратовской государственной юридической академии. – 2020. – № 4 (135). – С. 230–234.

[18] Google Trends : [сайт] – URL : https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=запись%20к%20врачу,госуслуги,веб%20образование,работа%20онлайн,ТРИЦ (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[19] Google Trends : [сайт] – URL : https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=озон,валдберис,доставка%20еды,кредит%20онлайн,страхование (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[20] Google Trends : [сайт] – URL : https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=%2Fm%2F0r9hm08,%2Fm%2F0glpjll,%2Fm%2F03hn7p6,YouTube,Онлайн%20игры (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[21] GoogleTrends : [сайт] – URL : https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=hh,пособие%20по%20безработице,служба%20занятости,ищу%20работу,Работа%20Ру (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[22] Google Trends : [сайт] – URL : https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=образование%2072,ГДЗ,университет,ЕГЭ,колледж (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

[23] Google Trends : [сайт] – URL : https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=медицина%2072,врач,больничный%20лист,аптека,COVID-19 (дата обращения: 10.02.2021). – Текст : электронный.

References

[1] Stenogrammy vystupleniya Prezidenta Rossiyskoy Federatsii Putina V. V. na mezhdunarodnoy konferentsii po iskusstvennomu intellektu Artificial Intelligence Journey (AI Journey 2020) na temu "Iskusstvennyy intellekt - glavnaya tekhnologiya XXI veka". (In Russian). Available at: http://prezident.org/tekst/stenogramma-vystuplenija-putina-na-konferencii-po-iskusstvennomu-intellektu-04-12-2020.html

[2] Obshchenatsional'nyy plan deystviy, obespechivayushchikh vosstanovlenie zanyatosti i dokhodov naseleniya, rost ekonomiki i dolgosrochnye strukturnye izmeneniya v ekonomike (odobren Pravitel'stvom RF 23.09.2020, protokol № 36, razdel VII), (№ P13-60855 ot 02.10.2020). (In Russian). Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333667/

[3] Osnovnye napravleniya deyatel'nosti Pravitel'stva Rossiyskoy Federatsii na period do 2024 goda, utv. Pravitel'stvom RF 29.09.2018). (In Russian). Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_307872/

[4] Pasport natsional'nogo proekta "Obrazovanie" (utv. prezidiumom Soveta pri Prezidente RF po strategicheskomu razvitiyu i natsional'nym proektam, protokol ot 24.12.2018 № 16). (In Russian). Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_319308/

[5] Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 26.12.2017 № 1642 (red. ot 31.12.2020) "Ob utverzhdenii gosudarstvennoy programmy Rossiyskoy Federatsii “Razvitie obra-zovaniya" (s izm. i dop., vstup. v silu s 08.01.2021). (In Russian). Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_286474/

[6] Putin prizval razvivat' tsifrovizatsiyu. (In Russian). Available at: https://ria.ru/20200610/1572748546.html

[7] Zakon Tyumenskoy oblasti ot 24 marta 2020 goda No 23 "Ob utverzhdenii strategii sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya Tyumenskoy oblasti do 2030 goda". (In Russian). Available at: https://beta.docs.cntd.ru/document/570710699

[8] Opyt tsifrovizatsii v Shvetsii: obzor OESR. (In Russian). Available at: https://globalcentre.hse.ru/news/221888198.html

[9] Ob oblastnom byudzhete na 2020 god i na planovyy period 2021 i 2022 godov (s izmeneniyami na 26 oktyabrya 2020 goda) Zakon Tyumenskoy oblasti ot 28 noyabrya 2019 No 85. (In Russian). Available at: http://docs.cntd.ru/document/561624024

[10] O rezul'tatakh tsifrovogo razvitiya Tyumenskoy oblasti v 2018 godu i zadachakh 2019 goda. (In Russian). Available at: https://d-russia.ru/o-rezultatah-tsifrovogo-razvitiya-tyumenskoj-oblasti-v-2018-godu-i-zadachah-2019-goda.html

[11] Andreeva, G. N., Badalyants, S. V., Bogatyreva, T. G., Boroday, V. A., Dudkina, O. V., Zubarev, A. E.,… Sher, M. L. (2018). Development of the digital economy in Russia as a key factor in economic growth and improving the quality of life of the population. Nizhny Novgorod, Professional'naya nauka Publ., 131 p. (In Russian). Available at: https://vseup.ru/static/files/3_1.pdf

[12] Basaev, Z. V. (2018). Digitalization of the Economy: Russia in the Context of Global Transformation. World of New Economy, 12(4), pp. 32-38. (In Russian).

[13] Voskolovich, N. A. (2019). Izmerenie vliyaniya tsifrovoy transformatsii sfery uslug na kachestvo zhizni naseleniya. Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyy vestnik. (In Russian). Available at: https://cyberleninka.ru/article/n/izmerenie-vliyaniya-tsifrovoy-transformatsii-sfery-uslug-na-kachestvo-zhizni-naseleniya

[14] Litvintseva, G. P., Shmakov, A. V., Stukalenko, E. A., & Petrov, S. P. (2019). Digital component of people's quality of life assessment in the regions of the Russian Federation. Terra Economicus, 17(3), pp. 107-127. (In Russian). DOI: 10.23683/2073-6606-2019-17-3-107-127

[15] Simchenko, N. A., Troyan, I. A., Goryachikh, M. V., & Andryushchenko, E. S. (2019). Digitization of socially significant services in the digital transformation of economy of the Republic of Crimea. Services in Russia and Abroad, 13(2), pp. 223-234. (In Russian). DOI: 10.24411/1995-042X-2019-10221

[16] Studenikin, N. V. (2018). Influence of digital technologies on social services: world experience and prospects in Russia. Izvestia of the Tula State University. Humanitarian sciences, (1), pp. 32-36. (In Russian).

[17] Kholodnaya, E. V. (2020). On the digital transformation of public administration in Denmark. Vestnik Saratovskoy gosudarstvennoy yuridicheskoy akademii, (4(135)), pp. 230-234. (In Russian).

[18] Google Trends. (In Russian). Available at: https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=record%20k%20 doctor, government services, web%20 education, work%20online,TRITS

[19] Google Trends. (In Russian). Available at: https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=ozon,valdberis,delivery%20eda,credit%20online, insurance

[20] Google Trends. (In Russian). Available at: https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=%2Fm%2F0r9hm08,%2Fm%2F0glpjll,%2Fm%2F03hn7p6,YouTube,Online%20 games

[21] Google Trends. (In Russian). Available at: https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=hh

[22] Google Trends. (In Russian). Available at: https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=education%2072,GDZ,university,EGE,college

[23] Google Trends. (In Russian). Available at: https://trends.google.ru/trends/explore?geo=RU-TYU&q=medicine%2072, doctor, hospital%20list, pharmacy,COVID-19

Получена / Submitted: 29/03/2021
Доработана / Revised: 13/04/2021
Принята к публикации / Accepted: 20/05/2021

DOI: 10.31660/1993-1824-2021-2-102-115

УДК 622.32:005.9

Трудовое поведение в оценках работников вертикально интегрированной нефтяной компании

Нурсафа Гафуровна Хайруллина

Кафедра маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Россия

Аннотация. Статья основана на данных анкетного опроса, проведенного в 2019 году под руководством автора совместно с учеными Тюменского индустриального университета в ходе проведения работ по реализации гранта НО «Благотворительный фонд «ЛУКОЙЛ», объем выборки — 177 человек. В статье исследуется трудовое поведение работников вертикально интегрированной нефтяной компании на примере четырех подразделений ООО «ЛУКОЙЛ-Западная Сибирь». Для выявления особенностей трудового поведения ответы респондентов анализировались в зависимости от их пола, возраста, полученного образования, стажа работы и других показателей. Полученные в ходе анализа данные подтвердили, что проводимая корпоративная политика компании в отношении персонала направлена на привлечение в число своих сотрудников людей, которые готовы и способны внести максимальный вклад в ее развитие. Большинство работников удовлетворены трудовой деятельностью в исследуемой корпорации, видят результаты своей работы, уверены, что она приносит пользу. Девять из десяти сотрудников могут применить свои способности на работе. Умелое использование полученных данных позволит руководителям структурных подразделений эффективнее использовать трудовой потенциал подчиненных и повысить их отдачу в процессе трудовой деятельности.

Ключевые слова: трудовое поведение, персонал, трудовая деятельность, мотивация трудового поведения.

Labor behavior in employee evaluations of a vertically integrated oil company

Nursafa G. Khairullina

Department of Marketing and Government Administration, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russia

Abstract. The article is devoted to the results of a questionnaire survey conducted by scientists of the Industrial University of Tyumen in October 2019 as part of the implementation of the grant of "LUKOIL Charitable Foundation"; number of respondents is 177. As the title implies the article describes the labor behavior of employees of a vertically integrated oil company (a case study of four divisions of LUKOIL-Western Siberia LLC). The answers of the respondents have been analyzed depending on their gender, age, education, work experience and other indicators in order to identify the features of

labor behavior. The data obtained during the analysis confirmed that the goal of the company's corporate policy in relation to personnel is to attract to the number of its employees people who are ready and able to make the maximum contribution to its development. The majority of employees are satisfied with their work in the company. Nine out of ten employees can apply their abilities at job. Skillful use of the obtained data will allow managers of structural divisions to use the labor potential of subordinates more effectively and increase their return in the process of labor activity.

Keywords: labor behavior, personnel, labor activity, motivation of labor behavior.

Введение

В настоящее время организации стремятся эффективнее использовать потенциал своих работников, для чего создают дополнительные условия, позволяющие работать им с большей отдачей, а также вкладывают значительные средства для их развития, обучения, повышения квалификации. Не является исключением и крупнейшая нефтегазовая компания в мире ПАО «ЛУКОЙЛ». Идея создать вертикально интегрированный концерн ЛУКОЙЛ родилась у В. Алекперова в 1990 году после детального изучения опыта известных в тот период времени нефтяных фирм, среди которых были «British Petroleum», «Adgip». Датой образования нефтяного концерна ЛАНГЕПАС-УРАЙ-КОГАЛЫМ-НЕФТЬ исторически считается 25 ноября 1991 г., а акционерного общества «Нефтяной компании «ЛУКОЙЛ» — 5 апреля 1993 г., когда после Постановления Правительства РФ в соответствии с Указом Президента нефтяной концерн преобразуется в акционерное общество. Из первых букв названий месторождений была сложена аббревиатура «ЛУК» всемирно известного сегодня бренда, и «oil» (в переводе с английского — нефть). Одновременно В. Алекперову удалось создать команду из тех людей, которые, по оценке С. Вайнштока, «заваливали дело на каждом шагу, ни подбирал специально, не перетаскивал из Баку, не увольнял». На протяжении последующих лет сохранил свою команду, добивался и продолжает добиваться с ними успеха. Кредо В. Алекперова: «Сильный руководитель подбирает себе сильную команду» [1]. Стратегия управления персоналом современной компании ПАО «ЛУКОЙЛ» сегодня ориентирована на получение долговременной максимальной отдачи от вложенных средств в развитие персонала, совершенствование технологий, инвестиции, охрану окружающей среды.

Степень научной разработанности

Анализ научных публикаций показал, что различные стороны деятельности структурных подразделений ПАО «ЛУКОЙЛ» широко обсуждаются в российском научном сообществе. Наибольшее число публикаций затрагивают деятельность компаний, связанных с опытно-промысловыми испытаниями технологий разработки месторождений, процессами добычи нефти, производственными затратами, охраной окружающей среды, финансовой устойчивостью, управлением персоналом (отбор персонала, адаптация, мотивация, повышение квалификации, перемещение персонала и др.) [2–12]. Например, А. И. Войтенко и Н. И. Лисовец предложили на базе учебного центра ООО «Лукойл-Центрнефтепродукт» использовать новые методы повышения квалификации, способ-

ные принести значительную экономическую выгоду, при этом сохранив эффективность самого учебного процесса, среди них вебинары и деловые игры [13]. Следует отметить, что позитивный опыт, реализуемый в одном из учебных центров ПАО «ЛУКОЙЛ», передается для внедрения в другие учебные центры, что позволяет использовать позитивный опыт для повышения квалификации сотрудников всех производственных подразделений компании. В условиях пандемии коронавирусной инфекции широкое распространение получили вебинары, они позволяют оперативно организовать обучение персонала в любом структурном подразделении предприятий. Для проведения вебинаров требуется минимум как материальных, так и физических затрат модератора. Среди позитивных факторов можно назвать комфортные (по желанию обучающихся домашние) условия прохождения обучения, отсутствие необходимости выезжать к месту обучения, среди негативных факторов — отсутствие непосредственного общения с преподавателем, сложности работы на технологических платформах для возрастных сотрудников и др.

И. А. Морозова, С. К. Волков, И. А. Бритвин, проанализировав производственные процессы в ООО «ЛУКОЙЛ-Энергосети», а также процессы организации социальной ответственности, выделили в ней внутренние и внешние составляющие. Реализация внутренней социальной ответственности предусматривает создание сотрудникам комфортных и безопасных условий для выполнения трудовых обязанностей, а также обеспечение материальной стабильности, заработной платы, которая выплачивается в установленные сроки и индексируется в зависимости от экономической ситуации в стране или от принятых нормативно-правовых актов. Другими источниками в ходе реализации внутренней социальной ответственности является страхование сотрудников, обучение и повышение квалификации кадров. Внешняя корпоративная социальная ответственность в ООО «Лукойл-Энергосети» реализуется за счет проведения благотворительных программ, реализации общественных и экологических мероприятий, оказания спонсорской помощи [9]. Т. В. Александрова и Н. Ю. Воеводкина предложили модель корпоративной экологической ответственности нефтегазовых предприятий, соблюдение которой способно привести к снижению негативного влияния на окружающую среду и позволяет учитывать как структурные особенности предприятий, так и функциональную направленность международного экологического стандарта ISO 14001 [3]. Авторы обращают внимание, что на начальных этапах внедрения существенно увеличиваются затраты, связанные с оптимизацией, повышением квалификации персонала. Поскольку предприятия ПАО «ЛУКОЙЛ» осуществляют производственную деятельность в различных российских регионах, то многие из них взаимодействуют с представителями органов власти и местных сообществ в рамках социального проектирования, которое предусматривает выделение на конкурсной основе финансовых, материальных и других средств на социально значимые для конкретной территории мероприятия, что способствует в конечном итоге ее развитию.

С. В. Грицунова, Ю. А. Седых на примере предприятий энергетического комплекса Ростовской области проанализировали особенности системы организации управления персоналом генерирующих предприятий в целом и выделили среди них наиболее актуальные направления: возможность профессионального развития, моральное стимулирование, социальные выплаты. По мнению авторов, важным направлением

в системе управления персоналом является работа с молодежью, которая способствует их быстрой и безболезненной адаптации в структурных подразделениях исследуемого предприятия, а именно снижению социально-психологических издержек, сокращению времени «врабатывания» молодых специалистов в должность и другим позитивным преимуществам как для предприятия в целом, так и для сотрудников организации и новичка. Система оценки деятельности, установленная на предприятии, помогает определить профессиональный уровень и качество выполнения поставленных целей и задач каждым работником в отдельности, что впоследствии дает возможность рассчитать размер годовых выплат и определить показатель индивидуального премирования работника [6].

К. А. Шишкина и Л. Н. Депутатова подробно проанализировали систему нематериальной мотивации труда сотрудников ООО «ЛУКОЙЛ-Пермь», сравнивая его с системой мотивации труда в компаниях Германии. Проведя сравнительный анализ, авторы пришли к выводу, что ни одна система управления не функционирует эффективно, если не разработана эффективная модель нематериальной мотивации, поскольку мотивация побуждает каждого сотрудника компании и коллектив в целом к достижению личных и коллективных целей [14]. Кроме того, авторы предлагают реорганизовать устаревшую сегодня систему наставничества. Чтобы привлечь и удержать в компаниях молодежь (представители поколений Y и Z), авторы предлагают на порталах размещать резюме наставников, что позволит молодым специалистам самим выбирать наставников. В дальнейшем (после совместной работы с наставником) молодой специалист сможет оценить наставника и разместить свой отзыв, что позволит наставнику совершенствоваться в своей работе, а другим новичкам — получить дополнительную информацию о наставнике.

В. О. Лиховид для исследования проблем, связанных с мотивацией персонала, в ООО «ЛУКОЛ-Коми» провела анкетный опрос 80 сотрудников. Результаты опроса показали, что чуть более половины опрошенных высказались о своей неудовлетворенности размером заработной платы. Каждый четвертый указал на отсутствие понятной системы профессионального развития; треть опрошенных обеспокоены морально-психологическим климатом, сложившимся в коллективе. В ходе опроса автору удалось выявить проблемы материальной мотивации в организации трудовой деятельности, в профессиональном росте [8]. А. Н. Силин и Н. Г. Хайруллина проанализировали систему управления персоналом нефтегазовых компаний, входящих в ООО «ЛУКОЙЛ», рассмотрели содержательные и процессуальные теории мотивации и сформулировали вывод, что результат работы сотрудника зависит от прилагаемых им усилий, способностей и характера самого человека, осознания своей роли в трудовом процессе. При этом затраченные усилия работника зависят в первую очередь от ценности получаемого вознаграждения. Авторы показывают необходимость разработки в компаниях эффективной системы мотивации персонала, поскольку ее отсутствие может вызвать эффект абсентизма и рестрикционизма. Механизм мотивации поведения персонала анализируется авторами на материалах анкетного опроса, проведенного среди работников ОАО «Газпром» и ТНК-ВР [10]. Но в представленных работах и других публикациях отсутствуют результаты комплексных эмпирических исследований, проведенных в структурных подразделениях вертикально интегрированной нефтяной компании, что и опре-

делило необходимость проведения анкетного опроса и использования полученных данных для повышения отдачи персонала в процессе трудовой деятельности.

Методы и инструментарий

С целью изучения системы управления персоналом в ООО «ЛУКОЙЛ-Западная Сибирь» в октябре 2019 года был проведен анкетный опрос сотрудников четырех территориально-производственных предприятий (ТПП): «Когалымнефтегаз», «Повхнефтегаз», «Покачевнефтегаз» и «Урайнефтегаз». Численность персонала исследуемых ТПП составляет более 7 567 человек, в том числе в ТПП «Когалымнефтегаз» осуществляют трудовую деятельность более 2 800 человек (это самое многочисленное подразделение), далее следует ТПП «Повхнефтегаз», здесь работают более 1 900 человек, в ТПП «Урайнефтегаз» — более 1 712 человек, а в ТПП «Покачевнефтегаз» — 1 155 сотрудников. Анкетный опрос позволил выявить ценностные ориентации работников; мотивы и стимулы трудовой деятельности; условия трудовой деятельности; условия оплаты труда; продвижение по службе и др.

Всего было опрошено 177 человек, из числа опрошенных три четверти составили мужчины, это объясняется отраслевой спецификой деятельности нефтяной компании. Распределение респондентов в зависимости от возраста и структурного подразделения представлено в таблице 1. Стаж работы в организации: до 1 года работают 4,5 % опрошенных; от 2 до 5 лет — 27,7 %; 6–10 лет — 19,2 %; 10–20 лет — 29,4 %; свыше 20 лет — 19,2 %.

Таблица 1

Распределение респондентов в зависимости от структурного подразделения (в % к общему числу ответивших)

Возраст, лет	Территориально-производственное предприятие			
	Когалымнефтегаз	Повхнефтегаз	Покачевнефтегаз	Урайнефтегаз
21–30	33,3	31,8	33,3	23,3
31–40	26,7	40,9	31,1	41,9
41–50	24,4	20,5	24,4	25,6
51 и старше	15,6	6,8	11,1	4,7

Действующая в ПАО «ЛУКОЙЛ» система управления персоналом формирует позитивный образ работодателя с целью привлечения в число своих сотрудников людей, которые готовы и способны внести максимальный вклад в ее развитие. В компании ценят такие качества у сотрудников, как инициативность, быстрая обучаемость, гибкость, мобильность, психологическая выносливость и др. Особый акцент уделяется мобильности, поскольку развитие бизнеса может начаться в любом регионе, и персонал должен оперативно не только перемещаться, но и обеспечить в новых подразделениях принятые стандарты качества, и продвигать корпоративную культуру. Для привлечения лучших специалистов регулярно оценивается имеющийся персонал, ведется работа с ведущими российскими учебными заведениями, привлекаются специализированные агентства.

Основу поведения сотрудника в процессе трудовой деятельности составляют не только условия труда, размер заработной платы, возможности продвижения, внешние факторы, но и внутренние его устремления, ценностные ориентации, заложенные с детства в процессе социализации. Рассмотрим, какие ценности важны для работников исследуемых подразделений. Согласно полученным данным, наиболее важными ценностями являются семейное благополучие, здоровье и воспитание детей (95,0 и выше % положительных ответов), за которыми следует собственное здоровье, отдых, общение с друзьями и родными. Сравнительный анализ полученных в 2019 году данных с данными исследования, проведенного в 2007 году среди сотрудников ОАО «Газпром» (420 человек) и ТНК-ВР (215 человек), показал, что за прошедшие годы в ценностных ориентациях работников нефтегазовых предприятий значимых изменений не выявлено. Единственное, о чем следует сказать, это повышение ценности карьерного роста у респондентов, принявших участие в опросе в 2019 году: 86,1 % указали на значимость карьерного роста как ценности, в 2007 году — три четверти респондентов.

Анализ ответов показал, что в зависимости от социально-демографических показателей ценности приобретают различное значение. В таблице 2 представлены положительные ответы мужчин и женщин о наиболее важных ценностях.

Таблица 2

Позитивные оценки мужчин и женщин о наиболее важных ценностях (в % к общему числу опрошенных)

Ценность	Вариант ответа			
	Да		Скорее да	
	Муж.	Жен.	Муж.	Жен.
Внутренняя потребность к труду	73,0	78,4	23,4	16,2
Высокий заработок	83,9	86,5	13,9	10,8
Карьерный рост	68,6	59,5	17,5	18,9
Отдых, общение с друзьями и родными	92,7	94,6	7,3	5,4
Собственное здоровье	92,7	86,5	6,6	13,5
Здоровье, воспитание детей	95,6	100,0	4,4	0,0
Семейное благополучие	97,8	100,0	2,2	0,0
Охрана окружающей среды	84,7	91,9	13,9	5,4
Благосостояние Родины	73,0	81,1	24,8	16,2
Уважение и признание коллег по работе	69,3	70,3	28,5	24,3

Для повышения отдачи персонала руководитель предприятия, независимо от численности персонала, формы собственности, объемов производства и других показателей, должен учитывать мотивы и стимулы трудовой деятельности подчиненных. По мнению четверти опрошенных, «сложная и трудная работа» не выступает для них в качестве стимула к трудовой деятельности. При этом «гибкий распорядок рабочего дня» не является значимым для каждого пятого участника опроса, а «работа, требующая творческого подхода» и «работа без больших напряжений и стрессов» — для каждого шестого респондента. При этом большинство опрошенных (более 95 % ответов) моти-

вированы хорошими отношениями с руководством, интересной работой, чистотой рабочего места, работой с приятными людьми. Значимыми мотивами трудовой деятельности являются «работа, которая позволяет развивать свои способности», «значительные дополнительные льготы», «справедливое распределение объемов работ» и «признание и одобрение хорошо выполненной работы». Перечисленные мотивы отметили от 92–95 % респондентов. Анализ ответов на данный и другие вопросы анкеты в зависимости от социально-демографических показателей (пол, возраст, образование, категория персонала, место работы, стаж работы и др.) позволяет выявить зависимость показателей и на этой основе выстраивать эффективные трудовые отношения руководителя с работниками.

На эффективность трудового поведения оказывают влияние факторы и внешней среды. Для выявления наиболее значимых факторов внешней среды, влияющих на эффективность трудового поведения, респондентам предлагалось выбрать пять наиболее значимых. Представим их в порядке убывания: наркомания, алкоголизм (92,7 % ответивших); дороговизна жизни (68,4 %); безопасность Ваша и Ваших близких (59,9 %); повышение пенсионного возраста (58,8 %); повышение тарифов на жилье и коммунальные услуги (47,5 %). Треть участников опроса указали другие факторы (например, экологическая обстановка, политическая ситуация в стране, падение нравов, преступность, терроризм, экстремизм и пр.).

Далее рассмотрим индикаторы, характеризующие в целом работу участников анкетного опроса. Первый индикатор позволил выявить соответствие устремления сотрудников целям организации. Устремления большинства участников опроса (85,3 %) соответствуют целям организации. При этом 6,8 % высказали противоположное мнение («нет»), а каждый десятый затруднился ответить на поставленный вопрос. Рассмотрим ответы участников опроса на данный вопрос в зависимости от структурного подразделения. Устремления работников ТПП «Когалымнефтегаз» и ТПП «Повхнефтегаз» чаще соответствуют целям организации, а не соответствуют — у работников ТПП «Урайнефтегаз» (табл. 3).

Таблица 3

Оценки респондентов о соответствии их устремлений целям организации в зависимости от структурного подразделения (в % к общему числу ответивших)

Вариант ответа	Территориально-производственное предприятие			
	Когалымнефтегаз	Повхнефтегаз	Покачевнефтегаз	Урайнефтегаз
Да	46,7	38,6	37,8	39,5
Скорее да	40,0	50,0	46,7	41,9
Нет	2,2	0,0	4,4	7,0
Скорее нет	4,4	0,0	4,4	4,7
Затрудняюсь ответить	6,7	11,4	6,7	7,0

Три четверти респондентов (76,8 %), если бы у них появился иной источник дохода (наследство, выигрыш в лотерею и т. п.), продолжили бы работать. Такой выбор

сделали четверть служащих и руководителей, среди рабочих и специалистов, для сравнения, таких 17,1 и 16,0 % соответственно. Отметим, что каждый пятый респондент признался, что перестал бы трудиться. Такой выбор чаще совершали рабочие и специалисты.

У большинства участников опроса (90,9 %) родные и близкие хорошо относятся к роду трудовой деятельности опрошенных. Только у 6,2 % респондентов (по их мнению) родные и близкие не одобряют род трудовой деятельности опрошенных. Как мы и предполагали, родные и близкие чаще не одобряют род трудовой деятельности мужчин, чем женщин. Это связано, по нашему мнению, со спецификой деятельности компании в целом: мужчины работают вахтовым способом и вынуждены уезжать из дома на длительный срок.

Около половины участников опроса (44,0 %) считают, что проведение свободного времени более важное занятие, чем трудовая деятельность. Такой выбор делают респонденты возрастной категории 31–40 лет. Примерно такое же число респондентов (42,9 %) полагают, что трудовая деятельность важнее, чем проведение свободного времени, это чаще работники, не достигшие 20 лет и возрастной категории от 41 до 50 лет. Остальные респонденты (13,0 %) затруднились ответить на данный вопрос.

Две трети респондентов на вопрос «Если бы Вам пришлось выбирать свою профессию заново, выбрали бы Вы ту же самую?» ответили утвердительно. При этом каждый четвертый не выбрал бы заново свою профессию. Как мы и предполагали, заново выбрали бы свою профессию те участники опроса, которые работают по специальности в компании (табл. 4).

Таблица 4

Оценка респондентами профессионализма и компетентности при расчете заработной платы в зависимости от стажа работы (в % к общему числу ответивших)

Вариант ответа	Работаю по специальности	
	Да	Нет
Да	35,0	25,0
Скорее да	37,1	22,2
Нет	10,7	33,3
Скорее нет	9,3	11,1
Затрудняюсь ответить	7,9	8,3

Менее половины опрошенных (42,9 %) определили свою работу работой в большей степени «на себя», а около трети респондентов (30,5 %) — «на руководителя, хозяина». Одновременно каждый четвертый участник опроса испытал затруднения при ответе на данный вопрос. Распределение ответов на данный вопрос в зависимости от категории работников представлено в таблице 5. Как видим из представленных данных, около половины опрошенных руководителей и рабочих считают, что их работа в большей степени «на себя», а каждый второй служащий считает ее работой «на руководителя, хозяина».

Таблица 5

Ответы респондентов на вопрос «Является ли Ваша работа в большей степени работой “на себя” или “на руководителя, хозяина”?» в зависимости от категории персонала (в % к общему числу ответивших)

Вариант ответа	Территориально-производственное предприятие			
	Рабочий	Служащий	Специалист	Руководитель
Да	19,7	25,0	9,4	25,4
Скорее да	26,2	0,0	28,3	20,3
Нет	13,1	25,0	9,4	13,6
Скорее нет	18,0	25,0	11,3	23,7
Затрудняюсь ответить	23,0	25,0	41,5	16,9

Три четверти респондентов считают, что на предприятии к вопросам определения размера заработной платы относятся внимательно, небезразлично. Каждый пятый высказал противоположную точку зрения, каждый десятый затруднился с ответом на данный вопрос. Анализ ответов на данный вопрос в зависимости от структурного подразделения позволил выявить те ТПП, в которых к вопросам определения размера заработной платы относятся внимательно, небезразлично и наоборот. Из данных, представленных в таблице 6, видно, что в ТПП «Повхнефтегаз» и «Покачевефтегаз» к вопросам определения размера заработной платы относятся внимательно, небезразлично. При этом в ТПП «Когалымнефтегаз» и «Урайнефтегаз», по мнению четверти опрошенных, невнимательно и безразлично относятся к вопросам определения размера заработной платы.

Таблица 6

Оценки респондентов об отношении к вопросам определения размера заработной платы в зависимости от структурного подразделения (в % к общему числу ответивших)

Вариант ответа	Территориально-производственное предприятие			
	Когалымнефтегаз	Повхнефтегаз	Покачевнефтегаз	Урайнефтегаз
Да	20,0	34,1	44,4	37,2
Скорее да	40,0	47,7	35,6	25,6
Нет	11,1	6,8	8,9	9,3
Скорее нет	13,3	4,5	6,7	18,6
Затрудняюсь ответить	15,6	6,8	4,4	9,3

Одновременно две трети участников опроса уверены, что заработная плата на предприятии рассчитывается профессионально и компетентно. Каждый пятый с этим не согласен, по их мнению, заработная плата на предприятии рассчитывается не профессионально и некомпетентно. Чаще негативное отношение высказывают работники, имеющие стаж работы в компании от 6 до 20 лет.

Две трети работников, принявших участие в опросе (68,3 %) с желанием возвращаются к труду после длительных перерывов, как правило, после отпуска, а также после межвахтенного отдыха. Но более четверти опрошенных (28,3 %) признались, что возвращаются на работу без желания. Такой ответ чаще дают работники возрастных категорий от 31 года до 40 лет.

Результаты анкетного опроса показали, что у большинства работников квалификация и образование соответствуют выполняемым обязанностям и функциям. Только один из десяти опрошенных признался о несоответствии квалификации и образования выполняемым обязанностям и функциям. Проанализируем ответы респондентов на данный вопрос в зависимости от полученного образования. Как видно из данных, представленных в таблице 7, треть респондентов, получивших неполное среднее образование, признались в несоответствии своей квалификации и образования выполняемым обязанностям и функциям.

Таблица 7

Ответы респондентов на вопрос о соответствии квалификации и образования выполняемым обязанностям и функциям (в % к общему числу ответивших)

Вариант ответа	Ваше образование				
	Неполное среднее	Среднее	Среднее специальное	Незаконченное высшее	Высшее
Да	66,7	75,0	60,7	87,5	59,4
Скорее да	0,0	25,0	25,0	12,5	26,3
Нет	33,3	0,0	3,6	0,0	8,3
Скорее нет	0,0	0,0	7,1	0,0	4,5
Затрудняюсь ответить	0,0	0,0	3,6	0,0	1,5

Таблица 8

Ответы респондентов на вопрос, повысится заработная плата, если они станут работать лучше в зависимости от структурного подразделения (в % к общему числу ответивших)

Вариант ответа	Территориально-производственное предприятие			
	Когалымнефтегаз	Повхнефтегаз	Покачевнефтегаз	Урайнефтегаз
Да	25,0	25,0	16,7	33,3
Скорее да	13,6	22,7	31,8	31,8
Нет	22,6	24,5	28,3	24,5
Скорее нет	28,8	23,3	24,7	23,3
Затрудняюсь ответить	35,3	35,3	17,6	11,8

В ходе анализа выяснилось, что только у пятой части опрошенных повысится заработная плата, если они станут работать лучше. При этом более чем две трети опрошенных (71,1 %) заявили об обратном. Анализ ответов респондентов на данный вопрос в зависимости от структурного подразделения показал, что у 65,1 % работников ТПП «Урайнефтегаз» заработная плата повысится, если они станут работать лучше. Для сравнения, в ТПП «Когалымнефтегаз» такое мнение высказали почти вдвое меньшее число респондентов (табл. 8).

Следующий индикатор позволил выявить, станут ли работать лучше участники опроса, если их заработная плата увеличится. Три четверти респондентов (78,0 %) готовы работать лучше ради повышения заработной платы. Но при этом каждый десятый ради ее повышения не станет работать лучше.

Последний индикатор позволил выяснить мнение работников о наличии у них опасений потерять работу. Чуть более половины опрошенных (56,6 %) признались, что опасаются потерять рабочее место. Чуть менее трети опрошенных (29,3 %) не опасаются ее потерять. Анализ ответов на данный вопрос в зависимости от категории персонала показал, что равное число рабочих и руководителей опасаются потерять рабочее место. Среди служащих таких почти нет. Мы выявили, что специалисты реже опасаются потерять рабочее место.

Выводы

Эмпирическое исследование, проведенное среди работников ООО «ЛУКОЙЛ-Западная Сибирь», позволило проанализировать условия формирования трудового поведения работников не только конкретных структурных подразделений, но и в зависимости от социально-демографических показателей. Согласно полученным данным, большинство работников удовлетворены трудовой деятельностью, видят результаты своей работы, уверены, что она приносит пользу. Девять из десяти сотрудников могут применить свои способности на работе, но при этом только двое из них могут осуществить свои идеи. Каждый третий признался, что выполняет работу ниже своих способностей, а каждый пятый считает, что его работа не самостоятельная, скучная, не позволяет двигаться вперед и вызывает разочарование у каждого пятого.

Полученные в ходе опроса данные представлены в службу управления персоналом ООО «ЛУКОЙЛ-Западная Сибирь». Это позволит руководителям структурных подразделений эффективнее использовать трудовой потенциал подчиненных и повысить их отдачу в процессе трудовой деятельности.

Библиографический список

[1] Черников, Н. А. Вагит Алекперов и его команда / Н. А. Черников. – Москва : ООО ИД «Смена», 2000. – 320 с. – Текст : непосредственный.

[2] Защита окружающей среды при освоении ПАО «ЛУКОЙЛ» месторождений нефти и газа в Северном Каспии : становление, развитие, перспективы / В. Ю. Алекперов, Р. У. Маганов, И. А. Заикин [и др.]. – Текст : непосредственный // Защита окружающей среды в нефтегазовом комплексе. – 2018. – № 1. – С. 5–15.

[3] Александрова, Т. В. Обоснование модели корпоративной экологической ответственности нефтегазовых предприятий для этапа перехода к «зеленой» экономике / Т. В. Александрова, Н. Ю. Воеводкин. – DOI 10.25513/1812-3988.2019.17(2).83-98. – Текст : непосредственный // Вестник Омского университета. Серия : Экономика. – 2019. – Т. 17, № 2. – С. 83–98.

[4] Борисова, А. В. Применение матрицы БКГ в портфельном анализе на примере компании ОАО «ЛУКОЙЛ» / А. В. Борисова. – Текст : непосредственный // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. – 2014. – № 3–5. – С. 32–36.

[5] Гордиенко, А. В. Внедрение ERP-систем в вертикально-интегрированных компаниях / А. В. Гордиенко. – Текст : непосредственный // Качество. Инновации. Образование. – 2011. – № 3 (70). – С. 60–66.

[6] Грицунова, С. В. Анализ системы управления персоналом территориальных генерирующий компаний Ростовской области и оценка их эффективности / С. В. Грицунова, Ю. А. Седых. – Текст : непосредственный // Инженерный вестник Дона. – 2015. – № 1–2 (34). – С. 47.

[7] Лиховид, В. О. Анализ системы мотивации персонала в ООО "ЛУКОЙЛ-Коми" / В. О. Лиховид. – Текст : непосредственный // Материалы Ивановских чтений. – 2019. – № 1 (23). – С. 148–160.

[8] Исследование финансового состояния предприятий нефтяной отрасли России нейросетью / Н. И. Ломакин, Е. Г. Черная, Т. А. Матвеева [и др.]. – DOI 10.34925/EIP.2020.124.11.264. – Текст : непосредственный // Экономика и предпринимательство. – 2020. – № 11 (124). – С. 1316–1322.

[9] Морозова, И. А. Особенности реализации концепции корпоративной социальной ответственности российскими промышленными предприятиями (на примере ООО «ЛУКОЙЛ-ЭНЕРГОСЕТИ») / И. А. Морозова, С. К. Волков, И. А. Бритвин. – Текст : непосредственный // Региональная экономика : теория и практика. – 2013. – № 42. – С. 7–16.

[10] Силин, А. Н. Управление персоналом в нефтегазовой компании : учебное пособие / А. Н. Силин, Н. Г. Хайруллина. – Москва : Центрлитнефтегаз, 2008. – 306 с. – (Высшее нефтегазовое образование). – Текст : непосредственный.

[11] Нурматов, Х. Я. Ротация как способ решить проблему текучести проектного персонала и повышения производительности труда на предприятии / Х. Я. Нурматов, С. М. Гуламжанова. – Текст : непосредственный // Актуальная наука. – 2019. – № 1 (18). – С. 51–53.

[12] Чернятьева, Я. С. Организация системы лояльности ПАО «ЛУКОЙЛ» в Калининградской области в сфере реализации ГСМ и разработка мероприятий по ее совершенствованию / Я. С. Чернятьева, Д. Л. Сергеев. – Текст : непосредственный // Транспорт и сервис. – 2020. – № 8. – С. 81–89.

[13] Войтенко, А. И. Методы повышения квалификации управленческого персонала на примере учебного центра ООО «ЛУКОЙЛ-Центрнефтепродукт» / А. И. Войтенко, Н. И. Лисовец. – Текст : непосредственный // Новое поколение. – 2013. – № 6. – С. 101–110.

[14] Шишкина, К. А. Совершенствование системы нематериальной мотивации работников ООО «ЛУКОЙЛ-Пермь» / К. А. Шишкина, Л. Н. Депутатова. – DOI 10.15593/2224-9354/2018.1.18. – Текст : непосредственный // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. – 2018. – № 1. – С. 198–209.

References

[1] Chernikov, N. A. (2000). Vagit Alekperov i ego komanda. Moscow, Smena Publ., 320 p. (In Russian).

[2] Alekperov, V. Yu., Maganov, R. U., Zaikin, I. A., Lyashko, N. N., Fedotov, I. B., & Bezrodniy, Yu. G. (2018). Environment protection during the development of oil and gas fields in the northern Caspian Sea by PJSC LUKOIL: evolvement, development, prospects. Environmental Protection in Oil and Gas Complex, (1), pp. 5-15. (In Russian).

[3] Alexandrova, T. V., & Voevodkin, N. Yu. (2019). The substantiation of corporate ecological responsibility model for oil and gas industry for the transition to green economy period. Herald of Omsk University. Series Economics, 17(2), pp. 83-98. (In Russian). DOI: 10.25513/1812-3988.2019.17(2).83-98

[4] Borisova, A. V. (2014). Primenenie matritsy BKG v portfel'nom analize na primere kompanii OAO "LUKOYL". Teoreticheskie i prikladnye aspekty sovremennoy nauki, (3-5), pp. 32-36. (In Russian).

[5] Gordienko, A. V. (2011). Vnedrenie ERP-sistem v vertikal'no-integrirovannykh kompaniyakh. Kachestvo. Innovatsii. Obrazovanie, (3(70)), pp. 60-66. (In Russian).

[6] Gritsunova, S. V., & Sedix, U. A. (2015). The analysis of a personnel management system territorial generating the companies of the Rostov region and an assessment of their efficiency. Engineering Journal of Don, (1-2(34)), pp. 47. (In Russian).

[7] Likhovid, V. O. (2019). Analiz sistemy motivatsii personala v OOO "LUKOIL-Komi". Materialy Ivanovskikh chteniy, (1(23)), pp. 148-160. (In Russian).

[8] Lomakin, N. I., Chernaya, E. G., Matveeva, T. A., Svetlichnaya, V. B., Kharlamova, E. E., & Pahorukova, A. A. (2020). Research of the financial state of the enterprises of the oil industry of Russia by the neuroset. Journal of Economy and Entrepreneurship, (11(124)), pp. 1316-1322. (In Russian). DOI: 10.34925/EIP.2020.124.11.264

[9] Morozova, I. A., Volkov S. K., & Britvin, I. A. (2013). Osobennosti realizatsii kontseptsii korporativnoy sotsial'noy otvetstvennosti rossiyskimi promyshlennymi predpriyatiyami (na primere OOO "LUKOIL-ENERGOSETI"). Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika, (42), pp. 7-16. (In Russian).

[10] Silin, A. N., & Khairullina, N. G. (2008). Upravlenie personalom v neftegazovoy kompanii. Moscow, TSentrlitneftegaz Publ., 306 p. (In Russian).

[11] Nurmatov, Kh. Ya., & Gulamzhanova, S. M. (2019). Rotation as a method to solve the problem of project personnel turbibility and improve the labor productivity at the enterprise. Aktual'naya nauka, (1(18)), pp. 51-53. (In Russian).

[12] Chernyatieva, Ya. S., & Sergeev, D. L. (2020). Organizatsiya sistemy loyal'nosti PAO "LUKOIL" v Kaliningradskoy oblasti v sfere realizatsii GSM i razrabotka meropriyatiy po ee sovershenstvovaniyu. Transport i service, (8), pp. 81-89. (In Russian).

[13] Voytenko, A. I., Lisovets, N. I. (2013). Metody povysheniya kvalifikatsii upravlench-eskogo personala na primere uchebnogo tsentra OOO " LUKOIL-TSentrnefteprodukt ". Novoe pokolenie, (6), pp. 101-110. (In Russian).

[14] Shishkina, K. A., & Deputatova, L. N. (2018). Improving non-material staff motivation system in LUKOIL-PERM LLC. Vestnik Permskogo Nacional'nogo Issledovatel'skogo Politehničeskogo Universiteta. Social'no-Èkonomičeskie nauki, (1), pp. 198-209. (In Russian). DOI: 10.15593/2224-9354/2018.1.18

Получена / Submitted: 29/03/2021
Доработана / Revised: 13/04/2021
Принята к публикации / Accepted: 20/05/2021

DOI: 10.31660/1993-1824-2021-2-116-130

УДК 316.644

Родина в «Мы-концепции» молодого поколения

Рафаэль Бадретдинович Шайхисламов

Кафедра социологии и работы с молодежью, Башкирский государственный университет, Уфа, Россия

Аннотация. Российская идентичность в различных ее проявлениях — отождествлении с россиянами, российским государством, Родиной, российской природой, российской культурой, российской историей — не утратит свою актуальность не только в настоящем, но и в будущем. Российская идентичность – это базовый элемент и процветания страны, и ее национальной безопасности.

В статье дается понимание «Я»- и «Мы»-концепций как системы понятий, из которых формируются суждения и умозаключения личности относительно самой себя, референтных и нереферентных, реальных и номинальных макро, мезо и микрогрупп. В этом автор усматривает отличие концепций от образа «Я» и образа «Мы», существующих на уровне чувственного познания в виде образов, картинок. Эти образы также наличествуют в «Я»- и «Мы»-концепциях, подвергаясь рефлексии, интерпретации в суждениях и умозаключениях человека. «Я»- и «Мы-концепции» личности неразрывны, однако их взаимосвязь различна как в филогенезе, так и в онтогенезе. Обосновывается точка зрения, согласно которой субъектом «Мы-концепции» является и личность, и группа. Личность и группа являются субъектами «Мы-концепции» в коммуникативной форме. На уровне личности «Мы-концепция» существует в форме внутреннего диалога. На уровне группы «Мы-концепция» функционирует во внутригрупповой коммуникации. На групповом уровне «Мы-концепция» конструируется в обсуждениях, спорах, дискуссиях об особенностях группы, о ее настоящем и будущем.

На основе авторских исследований, проведенных с 2014 по 2020 годы, в статье анализируются суждения молодежи о Родине в контексте взаимосвязи «Я»- и «Мы-концепций». Особое внимание в статье уделяется анализу суждения «Моя Родина там, где мне хорошо». В статье также рассматриваются четыре уровня российской, региональной, этнической и конфессиональной идентичности молодежи: тотальный, доминирующий, периферийный и номинальный. Данные измерения репрезентации молодежи в этих уровнях российской идентичности сопоставляются с различными суждениями о Родине.

Ключевые слова: Родина, молодежь, образ «Я», образ «Мы», Я-концепция, Мы-концепция.

Homeland in the We-concept of the young generation

Rafael B. Shaikhislamov

Department of Sociology and Youth Work, Bashkir State University, Ufa, Russia

Abstract. Russian identity in its various manifestations - identification with Russians, the Russian state, the Homeland, Russian nature, Russian culture, Russian history - will not lose its relevance not only in the present, but also in the future. Russian identity is a basic element of both the country's prosperity and its national security.

The article provides an understanding of the Self-concept and We-concept as a system of concepts, which are formed from the judgments and conclusions of the individual regarding himself, reference and non-reference, real and nominal macro-, meso- and microgroups. In this, the author sees the difference between these concepts from the image of "I" and the image of "We", which exist at the level of sensory cognition in the form of images, pictures. These images are also present in the Self-concept and We-concept, subject to reflection, interpretation in the judgments and conclusions of a person. The Self-concept and We-concept of personality are inseparable, but their relationship is different both in phylogeny and in ontogenesis. The author substantiates the point of view that the subject of the We-concept is both a person and a group. The individual and the group are the subjects of the We-concept in a communicative form. At the level of the individual, the We-concept exists in auto-communication, internal dialogue. At the group level, the We-concept functions in intra-group communication. At the group level, the We-concept is constructed in discussions, disputes, discussions about the characteristics of the group, about its present and future.

Based on the author's research conducted from 2014 to 2020, the article analyzes the opinions of young people about the Homeland in the context of the relationship between Self-concept and We-concept. Special attention is paid to the analysis of the judgment "My homeland is where I feel good". The article also examines the four levels of Russian, regional, ethnic and confessional identity of young people: total, dominant, peripheral and nominal. These measurements of the representation of young people at these levels of Russian identity are compared with different judgments about the Homeland.

Keywords: Homeland, youth, the image of "I", the image of "We", Self-concept, We-concept.

Введение

В рамках данной статьи мы не ставим своей целью дать описание различных трактовок «Я»- и «Мы-концепции». Феномен «Я-концепции», в отличие от феномена «Мы-концепции», относится к числу достаточно разработанных в социально-гуманитарных науках, особенно в социальной психологии [1]. Как известно, американский психолог У. Джеймс, предложивший понятие «Я-концепция», выделял в ней две стороны — осознание Я как объекта самопознания и оценивание Я как субъекта самопознания. Если первую часть обычно определяют как «образ Я», то вторую — как установки личности в отношении самой себя. Об этом следует упомянуть в связи с тем, что зачастую в научных работах не проводится какое-либо различие между «Я-концепцией» и «образом Я». Первая включает в себя и саморефлексию, и оценочные суждения о себе, самооценку по формуле «успех/притязания» [2]. Английский психолог и педагог Р. Бернс, следуя определению У. Джеймса, подчеркивал, что «Я-концепция — это совокупность всех представлений индивида о себе, сопряженная с их оценкой. Описательную составляющую Я-концепции часто называют *образом Я* или *картиной Я*. Составляющую, связанную с отношением к себе или к отдельным качествам, называют самооценкой или принятием себя. Я-концепция, в сущности, определяет не просто то, что собой

представляет индивид, но и то, что он о себе думает, как смотрит на свое деятельное начало и возможности развития в будущем» [3].

Различая эти две стороны содержания «Я-концепции», считаем необходимым представить авторское видение анализируемого социально-психологического явления. Различие между «Я-концепцией» и «образом Я» мы видим не в том, что первое понятие содержательно шире второго. Как известно, познание (в том числе самопознание) существует на уровне чувственного и рационального познания. На уровне чувственного познания мы имеем дело с различными представлениями человека о самом себе. Представления являются наглядным (визуальным) чувственным образом человека — как другого, так и самого себя. В данном случае мы имеем дело с «образом Я» — продуктом психического отражения (памяти) и конструирования (воображения) самости в виде невербальной структуры.

В мышлении (рациональном познании) «Я» существует в виде не картинки, образа, а понятий (концептов), становясь тем самым предметом суждений и умозаключений. «Образ Я» на уровне рационального самопознания вербализируется и трансформируется в «Я-концепцию», в самопонимание и самообъяснение человека. Во внутриличностной коммуникации происходит обсуждение, интерпретация и оценка самости человека. «Я-концепция» существует в виде мотивации (самоосмысление, самообъяснение, самомобилизация, выбор вариантов поведения, самооправдание и т. д.), ценностных ориентаций (идеалов, принципов) и установок (предрасположенностей к социальному поведению).

Таким образом, исходной теоретико-методологической позицией, представленной читателю статьи, является различение «образа Я» и «Я-концепции», как процесса и результата чувственного и рационального самопознания. Вследствие такой постановки вопроса следует признать, что и диагностика «образа Я» и «Я-концепции» не может быть одинаковой. Одним из самых широко известных инструментов диагностики «образа Я» является тест М. Куна и Т. Макпартленда «Кто Я». Этот тест позволяет фиксировать социальный, коммуникативный, материальный, физический, деятельный, перспективный и рефлексивный образы Я [4]. Данные образы Я являются продуктами впечатлений человека в процессе общения с другими людьми («зеркальным Я» по Ч. Кули [5]). Тест «Кто Я» диагностирует представления человека о самом себе, «образ Я», но не «Я-концепцию».

Исследование «Я-концепции», с нашей точки зрения, должно строиться на анализе представлений, суждений и умозаключений человека о самом себе. Такие суждения и умозаключения фиксируются в интервью, эссе, письмах, нарративах и т. п., в которых источники информации осмысливают, объясняют, оправдывают свое поведение.

Ч. Кули ввел понятие «групповое Я, или Мы» [5]. Однако за более чем столетие после его книги «Человеческая природа и социальный порядок» теория «Мы-концепции» не получила какого-либо заметного развития, она находится лишь в самом начале научного обсуждения. Анализ отечественной литературы показывает отсутствие, за редким исключением [6–8], работ, посвященных анализу «Мы-концепции» и «образу Мы». В тех работах, в которых содержится анализ рассматриваемого социально-психологического феномена, «Мы-концепция» также понимается как интеграция

«образов и представлений группы о самой себе как едином субъекте. Обладателем Мы-концепции может быть не только группа, но и отдельная личность» [6].

В отмеченных работах «Мы-концепция», так же как и «Я-концепция», определяется посредством таких категорий, как «образ», «установка», «самооценка». Не вступая в дискуссию, аналогично различению «образа Я» и «Я-концепции» дадим собственное видение природы «образа Мы» и «Мы-концепции». Образы «Я» и «Мы» есть результат социальной перцепции, и закрепляются они на уровне чувственного познания в памяти и воображении как представления личности о себе. Образы «Я» и «Мы» — это целостная картина, служащая средством самоидентификации, самооценки, аттитюда (готовности) личности воспринимать себя в определенном свете. «Я-концепция» и «Мы-концепция» представляют собой не образы, картинки, а понятия — необразные, отраженные и конструированные в вербальной форме общие и существенные свойства различных референтных и нереферентных групп. «Мы-концепция» обретает вербальное бытие в суждениях человека о своей семье, друзьях, коллективе, поколении, стране. Иными словами, «Я»- и «Мы-концепции» есть продукт уже не самовосприятия и самопредставления, а самопонимания, и является результатом рационального познания, мышления. Поэтому и исследование «Я»- и «Мы»-концепций строится на воспроизведении и реконструировании суждений респондентов.

«Я»- и «Мы-концепции» как суждения личности о своих качествах, социальном статусе не всегда образуют систему, но выступают как совокупность различных, зачастую амбивалентных, парадоксальных суждений. Эти суждения воспроизводят и конструируют качества и статусы личности в прошлом, настоящем и будущем, приобретают формы «Я» – реальное, идеальное, воображаемое, динамическое. Эти суждения носят как констатирующий («я — молодой человек»), так и оценочный («я — успешный человек») характер. Эти высказывания демонстрируют знания и мнения человека о себе и своих референтных и нереферентных группах.

«Мы-концепция» представляет собой совокупность констатирующих и оценочных суждений о микро-, мезо- и макрообщностях, служащих для личности в качестве идентификаторов. Социальные общности-идентификаторы могут быть реальными (основанными на социальных взаимодействиях, например, семья, друзья, организация), и номинальными (выделяемыми на основе определенных общих социальных признаков, например, профессиональные, гендерные, генерационные общности). Соответственно, «Мы»-концепции можно подразделять на два условных типа — реальные и номинальные. Условность такого подразделения заключается в том, что объективно границы между реальными и номинальными общностями подвижны. В условиях возникновения и развертывания социальных движений (женских, молодежных, национальных) часть номинальных общностей трансформируется в реальные группы. На субъективном уровне номинальные общности могут восприниматься как реально существующие (воображаемые общности), и, наоборот, реальные общности могут представляться как чисто условные, формальные.

«Мы-концепция» также представляет собой совокупность констатирующих и оценочных суждений о тех или иных референтных (эталонных) и нереферентных (группы членства) микро-, мезо- и макрообщностях — идентификаторах личности.

«Я»- и «Мы-концепции» включают в себя множество концептов, представляющих собой совокупность зафиксированных в вербальных и невербальных знаках знаний и мнений о собственной персоне, об общностях-идентификаторах.

«Мы-концепция» существует как на уровне личности, так и группы. Было бы упрощением сведение групповой «Мы-концепции» к совокупности индивидуальных «Мы-концепций». Субъектом групповой «Мы-концепции» наряду с индивидами являются сами группы. Определенная социальная группа становится субъектом самоопределения в результате взаимосвязей. Условием формирования групповой «Мы-концепции» является обмен суждениями между членами группы, в том числе дискуссии, споры, прения. На уровне микро-, мезо- и макрогрупп «Мы-концепция» существует в коммуникативной форме. Следовательно, и изучение групповой «Мы-концепции» предполагает анализ социальных сетей, публичных и кулуарных разговоров, дискуссий.

С точки зрения социологической науки интерес представляет изучение самых различных «Мы-концепций», относящихся, прежде всего, к мезо- и макрогруппам (корпоративная, поколенческая, гендерная, этническая, региональная, профессиональная «Мы-концепции»). В числе идентичностей с макрогруппами особое место занимает общероссийская идентичность, связанная с различными концептами — «Россия», «Родина», «россияне», «российский народ». Наиболее эмоционально окрашенным является концепт «Родина». Он вызывает ассоциации «родной», «Родина-мать», «родная земля», «родной край». Этот концепт связан с архетипами «мать», «земля», «родство», «любовь», «святость», закрепленными в общественном сознании [7; 8].

В условиях глобализации, вытесняющей локальные ценности, возрастания турбулентности, неопределенности социальных изменений особое значение приобретают исследования «Мы-концепции», связанные с отношением к своей Родине. Изучение «Мы-концепции» в таких форматах, как «моя Родина в прошлом», «моя Родина в настоящем», «моя Родина в будущем», «моя Родина идеальное», необходимо в целях формирования и прогнозирования общероссийской идентичности, особенно — у молодежи [9–16].

Материалы и методы

В данной статье рассмотрим концепт «Родина» в «Я»- и «Мы-концепциях» представителей поколений Z и Y. Эмпирической базой являются данные ряда исследований, проведенных под руководством автора с 2014 по 2021 годы.

Исследование «Выпускник вуза – 2014», анкетирование по систематической выборке среди студентов выпускных курсов уфимских вузов в 2014 году, 810 респондентов.

- Исследование по проекту при финансовой поддержке РФФИ «Особенности формирования гражданской идентичности россиян в полиэтничном регионе (на примере Республики Башкортостан). Стандартизированное интервьюирование по систематической выборке среди жителей старше 18 лет Республики Башкортостан в 2016 году, 1 000 респондентов.
- Исследование по проекту при финансовой поддержке РФФИ «Социальное конструирование “родной язык” и “проблема сохранения родного языка” в молодежной среде» в 2020 году, систематическая выборка, 560 респондентов РБ в возрасте 15–18 лет.

- Исследование по проекту при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ «Информационные события в конструировании образа России в системе “Я”- и “Мы”- концепций поколений Y и Z», анкетирование по случайной выборке среди молодежи (от 16 по 30 лет) в Республике Башкортостан в январе–феврале 2021 года; 1 000 респондентов.
- Среди учащихся 10–11 классов в Республике Башкортостан, 650 респондентов.
- Исследование по проекту «Молодежь в межэтнических коммуникациях: интолерантность, толерантность, диалог» в рамках программы фундаментальных и прикладных научных исследований по теме «Этнокультурное многообразие российского общества и укрепление общероссийской идентичности» 2020–2022 гг. Анкетирование молодежи от 14 до 35 лет по систематической выборке в Республиках Башкортостан и Татарстан, Алтайском крае, Тюменской и Белгородской областях в 2020 году, 4 000 респондентов.

В рамках перечисленных исследований выявлялось отношение молодежи к суждению «твоя Родина там, где тебе хорошо», бытующему в молодежной среде и в интернет-пространстве. Формулировки вопросов и вариантов ответов в анкетах разных лет для выявления отношения к данному суждению подвергались незначительной корректировке. В первом исследовании студентам выпускных курсов предлагалось свое отношение к данному суждению в виде согласия/несогласия. В последующих опросах формулировались несколько вариантов ответа, в том числе в виде суждения «твоя Родина там, где тебе хорошо».

Результаты и обсуждение

В таблице 1 приведено распределение оценок суждения «твоя Родина там, где тебе хорошо» среди студентов выпускных курсов уфимских вузов в 2014 году. Поскольку опрос был посвящен изучению миграционных планов выпускников, в том числе эмиграции, мы рассмотрели связь этих оценок с их намерениями после завершения обучения жить за рубежом.

Таблица 1

Отношение к суждению «твоя Родина там, где мне хорошо» среди студентов выпускных курсов уфимских вузов (в %)*

Отношение к суждению	Всего	Намерение жить за рубежом				
		Однозначно да	Вероятно да	Наверное нет	Однозначно нет	Затруднились ответить
Полностью согласны	22,3	36,5	19,4	22,6	21,8	21,4
Частично согласны	40,6	31,1	43,6	39	41,3	42,2
В целом не согласны	10,7	6,7	12,1	11,9	11,1	8,7
Не согласны	17,6	17,8	16,9	14,5	21	15,5
Затруднились ответить	8,8	9	8	12	4,8	12,2

*Примечание. *Опрос в форме анкетирования студентов выпускных курсов уфимских вузов, 2014 (810 респондентов.)*

Каждый пятый выпускник выразил полное согласие с тем, что Родиной можно считать не ту страну, где родился, а ту, в которой хотел бы жить. Полностью или частично согласились с таким суждением 63 % выпускников вузов. Как видно из таблицы 1, для большинства выпускников планы эмиграции и восприятие Родины через призму собственных интересов тесно взаимосвязаны. В то же время эмиграционные настроения для определенной части выпускников вузов не связаны с принятием формулы «Моя Родина там, где мне хорошо». Причины планов эмиграции, на которые указали выпускники, расположились следующим образом:

- мало перспектив для роста (45,2 %);
- не устраивает уровень зарплат (35,2 %);
- мало развлечений (14,2 %);
- учиться за рубежом (13 %);
- нет нужной вакансии (10,8 %);
- найти новых друзей (8,8 %).

Формула «Моя Родина там, где мне хорошо» конструируется по разным причинам. Среди этих причин — низкий уровень востребованности выпускников вузов на рынке труда по полученной специальности и низкий уровень зарплат, туманные карьерные перспективы у начинающих свою трудовую деятельность.

Следующее измерение отношения к данному суждению было осуществлено в 2016 году в рамках реализации проекта «Особенности формирования гражданской идентичности россиян в полиэтничном регионе (на примере Республики Башкортостан)». Варианты ответов на вопрос мы сформулировали таким образом, чтобы респонденты могли выразить свое суждение в отношении и большой, и малой Родины. В отличие от предыдущего опроса, в котором участвовали только студенты выпускных курсов вузов, в данном опросе молодежь представлена различными социальными (студенты, работающие, безработные, жители крупных, средних и малых городов, сел) и возрастными (18–30 лет) группами. Поэтому данные этих двух опросов отличаются друг от друга. То, что мы предложили выразить свое отношение и к большой, и к малой Родине, также нашло отражение в результатах опроса.

Приводится распределение ответов респондентов в возрасте 18–24 года и 25–30 лет (в %) (рис. 1). В рамках рассматриваемой в статье проблемы мы подвергнем анализу результаты ответов на первый вариант — «моя Родина там, где хотел бы жить, необязательно та страна, город, село, где родился и вырос» (то есть этот вариант соединил отношение и к большой, и к малой Родине).

Так как среди респондентов этих двух возрастных групп молодежи представлены сельская и городская молодежь, учащиеся, работающие и безработные, поэтому, в отличие от выпускников вузов, в этом опросе оказалось меньше разделяющих мнение о том, что Родиной может быть та страна, где жить хорошо. Но тем не менее почти четверть молодых людей склонна не считать непременно Россию своей Родиной.

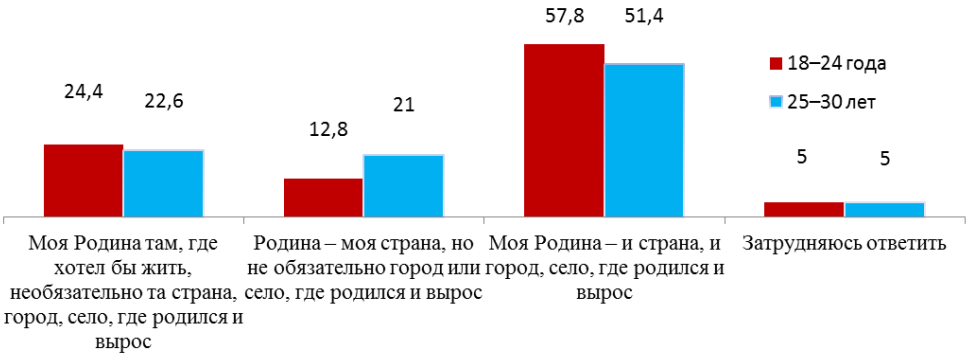


Рисунок 1. ***Отношение к суждению «Моя Родина там, где мне хорошо» (в %)****

**Опрос 2016 года по РБ (1 000 респондентов). Проект «Особенности формирования гражданской идентичности россиян в полиэтничном регионе (на примере Республики Башкортостан)».*

В рамках проекта РФФИ «Информационные события в конструировании образа России в системе “Я”- и “Мы”-концепций поколений Y и Z» было проведено анкетирование учащихся 10–11 классов в Республике Башкортостан (650 респондентов). Ответы на вопрос «Где твоя Родина?» распределились следующим образом:

- *«моя Родина там, где жизнь лучше» — 45,5 %;*
- *«моя Родина — это моя страна» — 44,6 %;*
- *«затруднились ответить» — 9,9 %.*

То, что оценки респондентов разделились на две равные доли, и то, что готовых признать своей Родиной страну, в котором жизнь будет лучше, оказалось среди учащихся больше, чем в целом среди молодежи в предыдущих опросах, можно интерпретировать по-разному. Учащиеся 10–11 классов (в возрасте от 15 до 17 лет) не характеризуются своей социальной зрелостью, зачастую им присущи максимализм и прямолинейность оценок. Но тем не менее в этих оценках отражается и общая духовная ситуация в стране.

Второй опрос, в рамках которого измерялось отношение к Родине, проводился по проекту «Молодежь в межэтнических коммуникациях: интолерантность, толерантность, диалог» по программе фундаментальных и прикладных научных исследований по теме «Этнокультурное многообразие российского общества и укрепление общероссийской идентичности» 2020–2022 гг. В данном опросе мы предложили респондентам новые варианты ответов («*Я хотел бы считать Россию своей Родиной, при условии, что в ней жить будет лучше, чем в других странах»; «Я думал об этом, но пока затрудняюсь ответить»; «Я не задумывался над этим вопросом*»). Второй вариант ответа нацелен на выявление доли тех, кто условно считает или склонен считать Россию своей Родиной (при улучшении жизни в стране).

В таблице 2 приведены данные по четырем регионам страны, в которых реализовывается данный проект.

Таблица 2

Суждения на тему «Где твоя Родина?» (в %)*

Суждение	Республика Башкортостан		Республика Татарстан, ноябрь 2020	Алтайский край, ноябрь 2020	Белгородская область, ноябрь 2020	Тюменская область, ноябрь 2020
	ноябрь 2020	февраль 2021				
«Я считаю Россию своей Родиной независимо от того, где жить лучше — здесь или в другой стране»	41,4	33,4	37,7	46,3	34	44,3
«Я хотел бы считать Россию своей Родиной, при условии, что в ней жить будет лучше, чем в других странах»	**13,2**	**19,3**	10,6	10,4	10,6	10,1
«Для меня Родина там, где мне комфортно, хорошо жить, независимо от того, где я родился»	32	31,2	37,8	25	37,8	30,6
«Я думал об этом, но пока затрудняюсь ответить»	5,9	6,8	7	9	11	7,1
«Я не задумывался над этим вопросом»	7,5	9,3	6,9	9,3	6,6	7,9

*Примечание. *Опрос в октябре–ноябре 2020 года. (4 000 респондентов). Респонденты от 14 до 35 лет республик Башкортостан, Татарстан, Алтайского края и Белгородской области. Опрос в январе–феврале 2021 года (1000 респондентов). Респонденты в возрасте от 16 до 30 лет включительно, проживающие в Республике Башкортостан.*

Если сравнить данные опросов по Республике Башкортостан в 2016 и 2020 году, то заметим некоторое увеличение доли респондентов, для которых понятие «Родина» связано с личным благополучием. Если рассматривать в совокупности доли респондентов, склонных (безусловно или условно) не считать свою страну Родиной, то они равняются доле «патриотов». По Татарстану и Белгородской области доля «патриотов» еще меньше.

Рассмотрим более подробно социально-демографическую характеристику респондентов, выбравших ответ «Для меня Родина там, где мне комфортно, хорошо жить, независимо от того, где я родился», по данным опроса в Башкортостане. Всего выбравших такой вариант — треть респондентов. Отклонения от этой средней величины по месту жительства (крупный, средний, малый город, село) не превышают 3 %. По возрастным группам (14–16; 17–18; 19–21; 22–25; 26–30; 31–35 лет) данные варьируются от 26 до 37 %, по этическим группам — от 29 до 38 %. Таким образом, конструирование концепта «Родина» через призму индивидуальных интересов и потребностей

примерно третью частью респондентов является общей чертой для всех демографических и этнических групп молодежи. За вторую половину 2020 года и в начале 2021 года произошли существенные изменения в настроениях молодежи. Сравнение данных по РБ, полученных в октябре 2020 года и начале февраля 2021 года, показывает негативный сдвиг в «локации» Родины. На 6 % выросла доля тех, кто готов признать Россию Родиной при условии улучшения условий жизни, на 8 % уменьшилось количество респондентов, безусловно считающих Россию своей Родиной. Эти данные диагностируют рост социального недовольства в молодежной среде, вызвавший участие их некоторой части в протестных акциях конца января 2021 года.

Приведенные выше данные можно интерпретировать следующим образом. Формула «Моя Родина там, где мне хорошо» характеризует как преломление «Мы-концепции» через призму «Я-концепции». При этом такая «Я-концепция» сама слабо связана с «Мы-концепцией» (суждениями о том, что являются не только индивидами, но и частью тех или иных социальных групп).

Это является показателем роста индивидуализма в системе ценностных ориентаций молодежи. Характерной чертой этой концепции является превалирование Эго над Альтер, установка «мне должны», а не «я должен». Хотя «Я»- и «Мы»- концепции относительно автономны друг от друга, рассматриваемая формула, на наш взгляд, представляет форму разрыва между этими концепциями и является одним из индикаторов социальной отчужденности человека.

Отношение молодежи к тому, что считается Родиной, нужно соотносить с уровнями социальной идентичности, в том числе общероссийской идентичности. Мы условно выделяем следующие уровни идентичности. Первый уровень — «*тотальное Мы*» («Я» мыслится полностью в рамках «Мы», формулировка вопроса в анкете — «Я не представляю себя вне этой группы людей»). Второй уровень — «*доминирующее Мы*» (относительная автономность при решающей роли социальной принадлежности; формулировка вопроса — «Для меня это имеет очень большое значение, хотя могу представить себя и вне этой группы»). Третий уровень — «*периферийное Мы*» («Я» мыслится как самостоятельная сущность, хотя и связанная с «Мы», формулировка вопроса — «Для меня это имеет значение, но не самое важное»). Четвертый уровень — «*номинальное Мы*» («Мы» рассматривается индивидом исключительно как номинальная общность, связь между «Я» и «Мы» условна).

Наши измерения уровней идентичностей с разными социальными микро-, мезо- и макрогруппами показывают их достаточно большой разброс в молодежной среде (за исключением семьи, друзей, родственников). В таблице 3 представлены уровни российской, региональной, этнической и конфессиональной идентичностей молодежи РБ.

Российскую идентичность на тотальном уровне («не представляю себя вне россиян») проявляет каждый четвертый, на номинальном уровне («для меня это простая формальность») — каждый пятый респондент. По сравнению с этнической, конфессиональной и тем более региональной идентичностями российская идентичность молодежи представляется более «укоренившейся». Но тем не менее указанные данные говорят о значительной дифференциации и российской, и этнической, и конфессиональной, и региональной идентичностей. Тотальная идентичность может быть проявлением низко-

го уровня автономности, самостоятельности, незрелости «Я-концепции» человека. В ряде случаев тотальная идентичность граничит с социальным фанатизмом (признанием приоритета прав тех или иных социальных общностей над правами человека), изоляционизмом (ориентацией на «чистоту» своего социума), групповым эгоизмом («мой социум всегда прав»).

Таблица 3

Характеристика уровней социальной идентичности (в %)*

Уровень идентичности	Идентичность			
	российская	региональная	этническая	конфессиональная
Тотальный	26,2	12,1	20,6	21,2
Доминирующий	19,6	23,9	18,2	18,0
Периферийный	28,7	31,2	29,8	24,8
Номинальный	20,1	27,1	22,8	26,6
Затруднились ответить	5,3	5,7	8,5	9,4

*Примечание. *Опрос 2016 года по РБ (1 000 респондентов). Проект «Особенности формирования гражданской идентичности россиян в полиэтничном регионе (на примере Республики Башкортостан)».*

В то же время номинальная («формальная») идентичность человека с народом своей страны, с людьми своей этничности является признаком социальной индифферентности (признанием неактуальности идентичности, размыванием идентичности), нигилизма (отходом от российской, этнической или иной идентичности и поиском альтернативных идентичностей).

То, что пятая часть молодежи может быть носителем индифферентности и нигилизма в отношении своей страны, своей Родины, является тревожным фактом.

Факторов складывания номинальной российской идентичности множество. Детство значительной части сегодняшней молодежи пришлось на 90-е годы, когда социальная аномия возросла до критического уровня. Социальная аномия трансформировалась в ценностные ориентации и установки значительной части подрастающего поколения. Глобализация также в значительной степени нивелируют локальные и региональные ценности. Не последнее место среди факторов номинальной российской идентичности занимают протестные настроения, связанные с ограниченными возможностями самореализации, карьеры, с проявлениями социальной несправедливости, социальной поляризации, коррупции.

Выводы

Наши рассуждения о концепте «Родина» в «Я»- и «Мы»- концепциях молодежи можно завершить следующими выводами. Формула «Моя страна — моя Родина» является выражением осознания человеком связи личной и общей судьбы. В формуле «Наша страна — наша Родина» выражается не только зависимость личного и общественного, но и

сопричастность человека к общим делам, к общим проблемам, задачам, целям. Формирование «Мы-концепции» «Наша страна — наша Родина» предполагает, во-первых, наличие национальных целей. При этом национальные цели должны быть не просто сформулированы в указах и иных решениях органов власти, по сути, они должны произрастать снизу. Только тогда национальные цели способны играть интегративную роль. Во-вторых, поскольку любые цели проецируются на будущее состояние, то формула «Наша страна — наша Родина» является частью «Мы-концепции» в форме динамического и будущего «Мы». Это возможно тогда, когда молодежь положительно оценивает возможности изменений в стране, изменений своего положения в обществе. В-третьих, формула «Моя страна — моя Родина» основывается на убежденности в верховенстве социальной справедливости.

В «Мы-концепции» формулировка «Моя Родина там, где мне хорошо» показывает то, что для данного респондента своя страна, свой народ является номинальной (условной) социальной общностью («я просто здесь живу, но могу жить в любой другой стране»). Впрочем, эта условность может распространяться на любую другую страну.

Пропаганда патриотических ценностей, воспитание молодежи на примерах из героического исторического прошлого сами по себе не смогут кардинально изменить ситуацию. Для того чтобы Россия воспринималась подавляющим большинством молодежи как «моя Родина», надо чтобы страна ассоциировалась с архетипом «мать», а не «мачеха». Для этого девиз «Наша страна — страна возможностей» не должен оставаться только девизом.

Ведущей идеей молодежной политики должна стать необходимость формирования *деятельной* российской идентичности. Такая идентичность понимается нами как «Мы-концепция», формирующаяся не только и не столько на основе отнесения себя к гражданской, социокультурной и государственно-политической общности россиян, сколько на основе сопричастности молодого человека к общим делам, к общероссийским целям. Мы можем судить об общероссийской идентичности человека по тому, как он не только на словах, не только на уровне чувств, но и на уровне своих конкретных действий отождествляет себя с Россией.

С целью анализа состояния и возможностей формирования такой деятельной общероссийской идентичности мы попробовали сравнить представления молодежи о целях, способных объединить россиян, с национальными целями страны до 2030 года, определенными указом Президента страны. В качестве целей, способных объединить всех россиян (стать общенародным делом), респонденты указали в следующем по значимости порядке: превратить Россию в страну комфортных условий жизни (32 %); обеспеченных людей (24,4 %), чистой экологии (24 %); высоких технологий (20 %) и т. д. То, что самая большая доля респондентов по разным параметрам национальных целей не превышает одной трети, говорит о том, что большинство не видят основных объединяющих целей россиян. При этом оценки респондентов относительно объединительного потенциала тех или иных целей (способных стать общим делом всех россиян, или большинства, или хотя бы меньшей их части) существенным образом расходятся.

Национальные цели, определенные в указе Президента страны, воспринимаются и населением, и чиновниками как целевые установки для государственного аппарата.

Национальные цели не стали подлинно национальными, то есть целями самого гражданского общества. Поскольку многие национальные цели имеют самое непосредственное отношение к потребностям молодежи, она должна бы быть заинтересована не только в результатах управленческого аппарата в реализации этих целей, но и в участии в их реализации. По большому счету, гражданское общество, в том числе молодежь, рассматривается государственным аппаратом в качестве не субъекта, а объекта национальных целей. Спускаемые сверху цели всегда остаются декларациями, если они не являются или не превращаются в цели самого общества, конкретного человека.

Сегодня необходима разработка Федеральной программы вовлечения молодежи в реализацию национальных целей страны до 2030 года. Целями программы должны быть: формирование деятельной общероссийской идентичности молодежи; социальная интеграция общества, в том числе молодого поколения; придание позитивной направленности настроениям и действиям молодежи; формирование «российской мечты» как конструирования системы целей — ценностей, объединяющей различные слои и общности российского общества перед большими вызовами XXI века.

Благодарности

Статья подготовлена в рамках реализации научного проекта № 20-011-31700 «Информационные события в конструировании образа России в системе “Я”- и “Мы”-концепций поколений Y и Z» при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ.

Библиографический список

[1] Titov, A. V. Self-concept in Historical Prospect / A. V. Titov, Zh. G. Titova. – Текст : непосредственный // Человек. Искусство. Вселенная. – 2015. – № 1. – С. 13–26.

[2] Джемс, У. Психология / У. Джеймс ; перевод с английского, под редакцией Л. А. Петровской. – Москва : Педагогика, 1991. – 368 с. (Классики мировой психологии). – Перевод изд.: Psychology : Briefer Course / W. James, New York, 1984. – Текст : непосредственный.

[3] Бернс, Р. Развитие Я-концепции и воспитание / Р. Бернс ; перевод с английского. – Москва : Прогресс, 1986. – 420 с. – Перевод изд.: Self-concept development and education / R. B. Burns, 1982. – Текст : непосредственный.

[4] Румянцева, Т. В. Психологическое консультирование : диагностика отношений в паре : учебное пособие / Т. В. Румянцева. – Санкт-Петербург : Речь, 2006. – 176 с. – Текст : непосредственный.

[5] Кули, Ч. Человеческая природа и социальный порядок / Ч. Кули ; перевод с английского. – Москва : Идея-Пресс, Дом интеллектуальной книги, 2000. – 320 с. – Текст : непосредственный.

[6] Шевченко, Н. А. К вопросу о структуре Мы-концепции личности и группы / Н. А. Шевченко. – Текст : непосредственный // Социальная психология : вопросы теории и практики. Материалы V Всероссийской научно-практической конференции с международным участием памяти М. Ю. Кондратьева. – Москва, 2020. – С. 553–556.

[7] Багичева, Н. В. «Свиток, на котором отмечены все тайны бытия» : Архетипы Родины-матери в русском менталитете / Н. В. Багичева, Т. А. Чикаева. – Текст : непосредственный // Филологический класс. – 2017. – № 3 (49). – С. 34–40.

[8] Postnikova, Y. The Archetype of the Motherland in Modern Political Discourse (Aleksandr Prokhanov vs Dmitry Bykov) / Y. Postnikova. – Direct text // Quaestio Rossica. – 2018. – Vol. 6, № 4. – P. 1174–1187.

[9] Титов, В. В. Национально-государственная идентичность как пространство политических смыслов и образов / В. В. Титов. – Текст : непосредственный // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. – 2017. – № 1. – С. 42–54.

[10] Галушина, Н. С. Механизмы формирования идентичности в социальных движениях : на материале русскоязычного Интернета / Н. С. Галушина. – DOI 10.28995/2073-6355-2018-8-134-154. – Текст : непосредственный // Вестник РГГУ. Серия «История. Филология. Культурология. Востоковедение». – 2018. – № 8. – С. 134–154.

[11] Попова, О. В. Матрица государственной идентичности в эпоху постправды / О. В. Попова. – Текст : непосредственный // Время больших перемен : политика и политики : материалы Всероссийской научной конференции РАПН / Российский университет дружбы народов ; под редакцией О. В. Гаман-Голутвиной, Л. В. Сморгунова, Л. Н. Тимофеевой. – 2017. – С. 291–292.

[12] Селезнева, А. В. Социокультурные угрозы и риски в современной России / А. В. Селезнева, Е. Б. Шестопал. – DOI 10.31857/S013216250002161-0. – Текст : непосредственный // Социологические исследования. – 2018. – № 10 (414). – С. 90–99.

[13] Гальченко, А. С. Методологические проблемы исследования гражданской идентичности как психологического феномена / А. С. Гальченко. – DOI 10.18413/2313-8971-2018-4-4-0-10. – Текст : непосредственный // Научный результат. Педагогика и психология образования. – 2018. – Т. 4, № 4. – С. 107–118.

[14] Маленков, В. В. Будущее России в представлениях постсоветской молодежи / В. В. Маленков, Ш. Ф. Фарахутдинов. – Текст : непосредственный // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2019. – Т. 12, № 3 – С. 107–118.

[15] Тучина, О. Р. Глобальная и национальная идентичность молодежи в контексте представлений о будущем / О. Р. Тучина, Л. С. Бурлаченко. – Текст : электронный // Электронный сетевой политематический журнал «Научные труды КубГТУ». – 2020. – № 3. – С. 520–526. – URL: https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44496840

[16] Идентичность : Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание / Отв. ред. И. С. Семененко / ИМЭМО РАН. – Москва : Весь Мир, 2017. – 992 с. – Текст : непосредственный.

References

[1] Titov, A. V., & Titova, Zh. G. (2015). Self-concept in Historical Prospect. Person. Art. The universe, (1), pp. 13-26. (In English).

[2] James, W. (1984). Psychology: Briefer Course. New York, H. Holt & Co, 552 p. (In English).
[3] Burns, R. B. (1982). Self-concept development and education. (In English).
[4] Rumyantseva, T. V. (2006). Psikhologicheskoe konsul'tirovanie: diagnostika otnosheniy v pare. St. Petersburg, Rech' Publ., 176 p. (In Russian).
[5] Kuli, Ch. (2000). Human nature and social order. (In English).
[6] Shevchenko, N. A. (2020). K voprosu o strukture My-kontseptsii lichnosti i gruppy. Sotsial'naya psikhologiya : voprosy teorii i praktiki. Materialy V Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii s mezhdunarodnym uchastiem pamyati M. Yu. Kondrat'eva. Moscow, pp. 553-556. (In Russian).
[7] Begicheva, N. V., & Chikaeva, T. A. (2017). "A scroll, on which all the secrets of life are marked": the archetypes of the motherland in Russian mentality. Philological class, (3(49)), pp. 34-40. (In Russian).
[8] Postnikova, Y. (2018). The Archetype of the Motherland in Modern Political Discourse (Aleksandr Prokhanov vs Dmitry Bykov). Quaestio Rossica, 6(4), pp. 1174-1187. (In English).
[9] Titov, V. V. (2017). National and state identity as a space of political senses and images. Izvestiya Tulskogo gosudarstvennogo universiteta. Humanities, 1, pp. 42-54. (In Russian).
[10] Galushina, N. S. (2018). Mechanisms of identity formation in social movements. By the material of Russian-speaking internet. Bulletin. Series History. Philology. Cultural Studies. Oriental Studies, (8), pp. 134-154. (In Russian). DOI: 10.28995/2073-6355-2018-8-134-154
[11] Popova, O. V. (2017). Matritsa gosudarstvennoy identichnosti v epokhu postpravdy. Vremya bol'shikh peremen : politika i politiki: materialy Vserossiyskoy nauchnoy konferentsii RAPN, pp. 291-292. (In Russian).
[12] Selezneva, A. V., & Shestopal, E. B. (2018). Socio-cultural threats and risks in contemporary Russia. Sociological studies, (10), pp. 90-99. (In Russian). DOI: 10.31857/S013216250002161-0
[13] Galchenko, A. S. (2018). Methodological problems of investigation of civic identity as a psychological phenomenon. Research result. Pedagogy and psychology of education, 4(4), pp. 107-118. (In Russian). DOI: 10.18413/2313-8971-2018-4-4-0-10
[14] Malenkov, V. V., & Farakhutdinov, Sh. F. (2019). The future of Russia in the representations of post-Soviet youth. Proceedings of Higher Educational Institutions. Sociology. Economics. Politics, 12(3), pp. 107-118. (In Russian).
[15] Tuchina, O. R., & Burlachenko, L. S. (2020).Global and national identity of youth in the context of future representations. Scientific Works of KubSTU, (3), pp. 520-526. (In Russian).
[16] Semenenko, I. S. (Ed.) (2017). Identichnost' : Lichnost', obshchestvo, politika. Entsiklopedicheskoe izdanie. Moscow, Ves' Mir Publ., 992 p. (In Russian).

Получена / Submitted: 29/03/2021
Доработана / Revised: 13/04/2021
Принята к публикации / Accepted: 16/04/2021

ИНФОРМАЦИЯ

INFORMATION

В журнале «Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика», № 1, 2021 была опубликована статья Чанковой Е. В., Сорокина О. В. «Традиционное и современное в коммуникативных практиках молодежи».

Редакция журнала вносит следующее уточнение по данной публикации: статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00585 А «Саморегуляция жизнедеятельности молодежи в изменяющейся социальной реальности».

Подписано в печать 05.07.2021. Формат 60х90 1/8.
Уч.-изд. л. 8,52. Усл. печ. л. 16,5. Тираж 500. Заказ № 2194
Центр развития публикационной активности федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования
«Тюменский индустриальный университет».
625000, Тюмень, ул. Володарского, 38.
Типография библиотечно-издательского комплекса ТИУ
625039, Тюмень, ул. Киевская, 52.