

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Том 12, № 4

Октябрь – декабрь 2019

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
Алексеев А. Н., Барбаков О. М., Гаврилюк В. В., Генин В., Голенкова З. Т., Данилов А. Н.,
Докторов Б. З., Егоршин А. П., Енгоян А. П., Зборовский Г. Е., Звонников В. И., Ильиных С. А.,
Левашов В. К., Максимова С. Г., Мартынов М. Ю., Нарбут Н. П., Пленкина В. В., Рой О. М.,
Силин А. Н., Тараданов А. А., Хайруллина Н. Г. (зам. гл. редактора), Янчаркова Ю.

Адрес редакции: 625000, Россия, г. Тюмень, ул. Киевская, 52, офис 314
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», 2019

MINISTRY OF SCIENCE AND HIGHER EDUCATION
OF THE RUSSIAN FEDERATION

Vol. 12, No. 4

October – December 2019

**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., Gavriluk V. V., Genin V., Golenkova Z. T., Danilov A. N.,
Doctorov B. Z., Egorshin A. P., Engoyan A. P., Zborovsky G. E., Zvonnikov V. I., Iljinyh S. A.,
Levashov V. K., Maximova S. G., Martynov M. U., Narbut N. P., Plenkina V. V., Roy O. M.,
Silin A. N., Taradanov A. A., Khairullina N. G. (Deputy Editor-in-Chief), Jančárková Ju.

Address: 625000, Russia, Tyumen, Kievskaya St., 52, office 314
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», 2019

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

Алексеев Александр Николаевич

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

Барбаков Олег Михайлович

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

Гаврилюк Вера Владимировна

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

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, действительный член Российской академии социальных наук, независимый исследователь и лектор (США)

Егоршин Александр Петрович

д. э. н., профессор, ректор Нижегородского института менеджмента и бизнеса

Енгоян Ашот Пайлакович

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

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

Звонников Виктор Иванович

д. пед. н., профессор, генеральный директор Ассоциации организаций развития управленческого образования, член Комитета по развитию профессионального и бизнес-образования Торгово-промышленной палаты РФ

Ильиных Светлана Анатольевна

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

Левашов Виктор Константинович

д. с. н., профессор, руководитель Аналитического центра стратегических 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

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

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

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

Alekseyenko 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

Gavriliuk Vera Vladimirovna

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

Genin Vlad

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

Golenkova Zinayida 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, Full Member of the Russian Academy of Social Sciences, Independent Analyst and Consultant, Lecturer (USA)

Egorshin Alexander Petrovich

Doctor of Economic Sciences, Professor, Rector of Nizhny Novgorod Institute of Management and Business

Engoyan Ashot Paylakovich

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

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

Zvonnikov Victor Ivanovich

Doctor of Pedagogy, Professor, Director General of Association of Development of Management Education, Member of Committee on Development of Professional and Business Education of the Chamber of Commerce of the Russian Federation

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, Institute of Social and 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 Michail Urievich

Doctor of Political Sciences, Professor, Head of the Laboratory of Sociological and Legal Researches, Surgut State 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

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

Jančárková Julie

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

СОДЕРЖАНИЕ

Скифская А.Л., Шестаков С.А. Политическое лоббирование интересов бизнеса	9
Баикина Ю.О. Предпочтения социальных групп на рынке жилой недвижимости г. Тюмени	17
Намруева Л.В., Бадмахалгаев Л.Ц. Социальное самочувствие сельского населения Калмыкии: по итогам анкетирования 2019 г.	27
Артюхов А.В., Ребышева Л.В., Савицкая Ю.П. Жизненное пространство молодежи: проблемы и их решения	36
Бакштановский В.И., Богданова М.В. Трансформирование отечественного университета и кризис этики профессора	46
Герасимова Г.И., Костелецкая М.Е. Общественное мнение как фактор управления коммуникативными процессами предприятия	57
Рассолова Е.Н., Максимова О.А. Закрытые исследовательские сообщества: повседневность в профессиональных коммуникациях разных поколений исследователей	67
Беляев В.А., Ахметшина А.А. Билингвизм как реальный и симуляционный фактор миграции молодежи	76
Омелаенко Н.В. Социальный конфликт: диагностика, причины, управление	85
Ильиных С.А. Трудовые ценности студенческой молодежи: выбор в пользу прагматизма и индивидуализма	97
Мехришвили Л.Л., Ткачева Н.А., Габышева Л.К. Приоритеты политики Российской Федерации в сфере высшего технического образования	104
Симонов С.Г., Хаматханова М.А., Ямова О.В. Этническое предпринимательство и население региона: опыт социального взаимодействия	115

CONTENTS

Skifskaya, A.L., Shestakov, S.A. Political lobbying of business interests	9
Baikina, Yu.O. Preferences of social groups in the residential real estate market of Tyumen	17
Namrueva, L.V., Badmahalgaev, L.T. Social wellbeing of the rural population of Kalmykia: at the end of the survey 2019	27
Artyuhov, A.V, Rebisheva, L.V., Saviczskaya, J.P. Youth life space: problems and their solutions	36
Bakshtanovsky, V.I., Bogdanova, M.V. Transformation of a domestic university and the ethics crisis of a professor	46
Gerasimova, G.I., Kostelecka, M.E. Public opinion as a factor in the management of the communicative processes of the enterprise	57
Rassolova, E.N., Maximova, O.A. Closed research communities: daily in professional communications of different researchers' generations	67
Belyaev, V.A., Akhmetshina, A.A. Bilinguism as a real and simulating factor of youth migration	76
Omelaenko, N.V. Social conflict: diagnostics, reasons, management of conflict	85
Ilynykh, S.A. Work values of students: choice to pragmatism and individualism	97
Mekhrishvili, L.L., Tkacheva, N.A., Gabisheva, L.K. Priorities of the Russian politics in the field of higher technical education	104
Simonov, S.G., Khamatkhanova, M.A., Yamova, O.V. Ethnic business and population of the region: experience of social interaction	115

ПОЛИТИЧЕСКОЕ ЛОББИРОВАНИЕ ИНТЕРЕСОВ БИЗНЕСА

Анна Леонидовна Скифская¹, Сергей Александрович Шестаков¹

¹*Кафедра маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация*

Аннотация. Статья посвящена исследованию сущности лоббизма и особенностям лоббистской деятельности, актуальность которой связана с особой ролью в реализации интересов социальных групп, бизнес-сообществ, политических элит и политической власти. В качестве интересов лоббизма можно выделить в первую очередь интересы крупного капитала и крупной промышленности в перераспределении ресурсов, сфер влияния на тех или иных территориях, ресурсы бюджетов всех уровней. Несмотря на то что в научных и общественных кругах высказываются диаметрально противоположные оценки такой деятельности, где есть сторонники отождествления лоббизма с коррупцией, шантажом, подкупом, есть и другое мнение, которое поддерживается авторами статьи. Лоббизм может стать полноценным инструментом самоорганизации гражданского общества, с помощью которого мобилизуется общественная поддержка или оппозиция политическому или экономическому решению органов государственной власти.

Ключевые слова: лоббизм, группы давления, политическая деятельность, бизнес-сообщества, корпоративные интересы.

Political Lobbying of Business Interests

Anna L. Skifskaya¹, Sergey A. Shestakov¹

¹*Department of Marketing and Public Administration, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation*

Abstract. The article is devoted to the study of the essence of lobbying and the peculiarities of lobbying activity, the relevance of which is associated with a special role in the realization of the interests of social groups, business communities, political elites and political power. As the interests of lobbying can be identified, first of all, the interests of large capital and large industry in the redistribution of resources, spheres of influence in certain areas, budget resources at all levels. Despite the fact that scientific and public circles Express diametrically opposite assessments of such activities, where there are supporters of the identification of lobbying with corruption, blackmail, bribery, there is another opinion, which is supported by the authors. Lobbying can become a full-fledged tool for self-organization of civil society, through which public support or opposition to political or economic decisions of public authorities is mobilized.

Keywords: lobbying, pressure groups, political activities, business communities, corporate interests.

Введение

Почти во всех странах, в которых узаконены права гражданина объединяться, выражать свои интересы через определенные группы, отстаивать принципы гражданского общества и где допускается свободное волеизъявление граждан в сфере политики, присутствие человека в управлении, существует такое явление, как лоббизм. Лоббизму, по мнению историков, насчитывается почти 200 лет, с того момента когда в зал заседания Парламента Великобритании стали входить группы лоббистов, представляя свои интересы в аргументированной и систематизированной форме [1]. Лоббизм — это всегда субъектно-субъектные отношения, в которых присутствуют две стороны: группа давления и группа интересов. Некоторые историки утверждают, что группы интересов существовали всегда с появлением такого феномена, как политическая власть, а бизнес присоединился к лоббистским структурам с появлением корпораций. Первоначально термином «лобби» (lobby — кулуары) обозначалась прогулочная площадка в монастыре (в английских источниках термин впервые зафиксирован в 1553 году), с середины XVII века — коридоры,

прилегающие к залу заседаний Палаты общин английского парламента, место встреч членов Палаты общин с избирателями [2]. В современном значении термин «лоббизм» окончательно вошёл в употребление в США в 1860-е годы [3]. Закон о регулировании лоббизма вышел в 1964 году, и к середине XX века уже насчитывалось около 10 000 лоббистских организаций.

А. Сучкова формирует четыре историко-политических этапа в изучении лоббизма и лоббистской деятельности: первый этап — исследование артикуляции, агрегирования и механизмов реализации интересов (Т. Гоббс, Ж.-Ж. Руссо, М. Вебер); второй этап — исследование элит, сущности взаимодействия различных групп, большинства и меньшинства (Г. Моска, В. Парето); третий этап — анализ групп интересов, менеджмент и механизмы лоббирования (А. Бентли, Р. Даль, Т. Парсонс, М. Дюверже, Ф. Шмиттер); четвертый этап — современные исследования англосаксонской и континентальной моделей лоббизма (С. Томсон, С. Джон, Л. Зеттер, М. Баррелл, А. Любимов, П. Толстых, А. Малько. П. Перегулов) [4].

Лоббизм как общественно-политическая деятельность воспринимается неоднозначно, анализ подходов к изучению данного явления показал разнообразие позиций в определениях от неприязненно негативных позиций (давление, коррупция, шантаж, подкуп, криминал и так далее) до обоснования необходимости продвижения интересов групп людей или бизнеса (общественно-полезная деятельность, система аргументации, обратная связь и так далее). Так, К. Симонов связывает лоббизм с оказанием давления на органы государственной власти со стороны общественно-политических групп, коммерческих организаций или частных лиц с целью принятия выгодных им законодательных актов, административных или политических решений [3]. Н. Баранов рассматривает лоббизм как давление на государственные органы вообще, в том числе одной ветви власти на другую, вплоть до главы государства, акцентируя внимание на том, что не только общественные и профессиональные группы могут быть группами давления. Политическое лобби внутри и между ветвями власти (по горизонтали, по вертикали) имеет место, однако это направление исследования представляет наибольшие трудности.

А. Выборный считает негативным явлением тот факт, что в России нет законодательства о лоббизме, видит его положительные стороны и называет эту деятельность формой продвижения общественных, групповых или частных интересов, характерной для любых политических систем. Особенности политического устройства определяют удельный вес лоббизма в механизмах взаимодействия общества и государства [5]. Лоббизм как коммуникационный канал взаимодействия основных субъектов российской политической системы, как представительство социальных и иных интересов, как технологию и механизм обратной связи рассматривают Ю. Стульников, А. Лихой, А. Нещадин, утверждая, что развитость лоббизма характеризует степень развития гражданского общества. Лоббистские организации сегодня имеют определенные формы и структуры, главной задачей которых является донести информацию и добиться отражения в нормативных актах интересов отдельных групп и объединений, которые могут представлять корпоративные, профессиональные, социальные, политические и другие интересы. Партии (парламентские и непарламентские) артикулируют и агрегируют интересы не всех социальных групп общества. Эти недостатки восполняют лоббистские группы.

Данные позиции, безусловно, имеют право на существование, так как традиционная классификация видов лоббизма характеризует разнообразие его механизмов и технологий: 1) цивилизованный («белый», законный) лоббизм; 2) теневой лоббизм (коррупция); 3) криминальный (незаконный) лоббизм. На сегодняшний день можно говорить, что наиболее сильным и влиятельным в России является отраслевой лоббизм по ряду причин:

- слабое действие рыночных рычагов регулирования экономики, постоянное вмешательство государства в сферу рыночных отношений (ручное управление экономикой);
- реформирование в различных отраслях, особенно это касается естественных монополий;

- регулярное изменение законодательства, в том числе в налоговой сфере;
- пропаганда здорового образа жизни заставляет компании (алкогольные, табачные) лоббировать свои интересы вразрез интересам общества (алкогольное и табачное лобби против медицинского лобби).

По мнению Ассоциации предпринимателей по развитию бизнес-патриотизма «Аванти», реализация предлагаемой инициативы по принятию закона о лоббизме позволит использовать успешный мировой опыт и вывести лоббистскую деятельность из тени, устранив из нее коррупционную составляющую. Так, по данным международной неправительственной организации Transparency International Россия в настоящее время занимает 131-е место из 176 в рейтинге стран по уровню коррупции и находится на данном уровне более 12 лет [6], а официальный лоббизм позволит снизить влияние коррупции на процессы принятия решений. Исходя из вышесказанного, исследование лоббизма как системы аргументации, механизма подготовки, консультирования и содействия принятию решений является актуальным.

Материалы и методы

Согласно поставленной цели и сформулированным задачам, в работе использованы общенаучные методы анализа и синтеза (диалектический, системный, синергетический), опрос в форме анкетирования. Материалами 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 «Международный Институт Политической Экспертизы (МИПЭ)», Российская Ассоциация по связям с общественностью (РАСО).

По исследуемым проблемам был проведен опрос через «Google Forms» среди предпринимателей города Тюмени (на 10.09.2019 количество действующих юридических лиц равнялось 49 747 компаний) [7]. Цель социологического исследования заключалась в выявлении отношения бизнес-структур Тюменской области к цивилизованной лоббистской деятельности. Объектом исследования стали предприятия различных сфер деятельности, присутствующие на территории области. Предмет — отношение представителей бизнеса к лоббизму и лоббистской деятельности как к системе аргументации, механизма подготовки, консультирования и содействия принятию решений на различных уровнях государственной и муниципальной власти. В онлайн-опросе приняли участие разные компании, из них 3 принадлежат строительной сфере, 2 — топливно-энергетической сфере; 2 — сфере промышленности; 2 — транспортные компании; 3 — торговые компании; 2 — интернет-компании; 3 — рекламные агентства; 2 — компании ЖКХ; 1 — компания систем безопасности; 1 — медицинское учреждение. На данном этапе определяющее значение имел сам метод опроса, а также методы анализа и синтеза в ходе изучения результатов и представления их в качестве материалов для данного исследования.

Результаты и обсуждение

Основная цель социологического исследования заключается в выявлении отношения бизнес-структур к цивилизованной лоббистской деятельности. Цивилизованной лоббистской деятельностью в статье называется модель, имеющая сходства с континентальной моделью лоббизма. Континентальная модель не предполагает законодательного закрепления лоббизма и лоббистской деятельности, однако компании, официально осуществляющие такую деятельность, подлежат регистрации. Так, разработанный и принятый в 2011 году Европейской комиссией «Объединенный реестр лоббистов» призван обеспечить прозрачность деятельности Европейской комиссии и Европейского парламента [8]. Реестр

информирует граждан обо всех лоббистах и группах влияния, пытающихся оказывать политическое воздействие на принятие решений в ЕС, и требует от них соблюдать профессиональный кодекс поведения. В 2014 году в ЕС зарегистрировано 5 600 организаций лоббистов [9]. И в этом случае говорят о зрелости профессионального сообщества лоббистов. В России не существует законодательства в данной сфере, не предполагается ведение реестра лоббистов, поэтому формирование континентальной не является возможным в ближайшее время.

Однако лоббистская деятельность широко распространена, ее цивилизованный вариант представлен разнообразными технологиями, формами и методами ведения лоббистской деятельности: предоставление информации законодательным органам власти; участие в слушаниях; обсуждение законопроектов; всенародные слушания; влияние на мнение избирателей посредством PR-компаний, средств массовой информации, Интернета [10]. Вышеуказанный перечень является лишь частью технологий, связанных с продвижением интересов отдельных групп и в особенности крупного бизнеса, направленный в основном на законодательные органы власти. И это еще один фактор неразвитости и незрелости лоббистской деятельности. В условиях «работающей» системы «сдержек и противовесов» законодательством должна быть предусмотрена направленность такой деятельности как на законодательную, так и на исполнительную ветви власти. Исполнительная власть сегодня испытывает, в большей степени, действие внутреннего политического лоббизма. Участникам исследования было предложено определить, что представляет собой лоббизм бизнеса в деятельности органов власти. Мнения распределились следующим образом:

- разновидность коррупционной деятельности — мнение 40 % опрошенных;
- давление на органы государственной власти со стороны общественно-политических групп, коммерческих организаций или частных лиц с целью принятия выгодных им законодательных актов, административных или политических решений — мнение 20 %
- способ слияния власти и бизнеса — мнение 20 %;
- форма продвижения общественных, групповых или частных интересов, характерная для любых политических систем — 10 %;
- коммуникационный канал взаимодействия основных субъектов политической системы с бизнесом — 5 %;
- технология и механизм обратной связи — 5 % (рисунок 1).



Рисунок 1. Ответы на вопрос «Как Вы оцениваете лоббизм бизнеса в органах власти?»

Как показывает распределение ответов, участвующие в опросе крайне негативно относятся к лоббизму и лоббистской деятельности. Почти 80 %, а это 16 представителей опроса, считают сегодняшнюю деятельность в этой сфере разновидностью коррупции и способом слияния. Распределение ответов по отраслям показало, что каналом коммуникации и технологией обратной связи лоббизм считают компании ЖКХ и медицинские учреждения.

На вопрос: «Как Вы оцениваете влияние лоббизма бизнеса в органах власти и почему?» распределение ответов не было неожиданным, так, 80 %, или 16 представителей опроса, ответили, что они видят отрицательное влияние, причем в пояснении «почему...», позиции следующие:

- усиливается коррупционная составляющая в принятии управленческих и политических решений;
- в органах власти все больше прослеживается присутствие крупного бизнеса для решения своих проблем;
- корпоративный лоббизм продвигает свои интересы, нередко в противовес интересам местного населения;
- лоббируемые решения не всегда экономически обоснованы и могут иметь негативные последствия для территории;
- внерегиональному лобби не интересны последствия принятия и реализации решений в конкретном регионе;
- лоббизм оттягивает в теневую сферу финансовые и иные (в том числе и криминальные) средства.

Положительная оценка действий лоббизма также присутствует, участники опроса видят результаты деятельности различных социальных групп лоббистов: возможность участия в слушаниях; всенародные обсуждения законов; обращения в партийные органы. На вопрос «Известно ли вам о существовании регионального лоббизма?» ответы респондентов были однозначны: 100 % участников ответили, что он существует. Далее, в продолжение предыдущего, открытый вопрос предполагал формулирование особенностей лоббизма на региональном уровне, где 16 участников затруднились ответить. В качестве ответов остальных 4 респондентов были приняты следующие:

- масштабы вовлечения ресурсов существенно ниже;
- территориальный охват в реализации решений ограничивается границами области;
- существенно выражен отраслевой лоббизм с присутствием нефтегазовой отрасли.

Лоббирование интересов — это всегда длительная и закрытая процедура (так как закона о лоббизме в России нет), и на вопрос об участии в этих процедурах ответы были следующие:

- 17 компаний (85 %) не пытались участвовать и не искали такой возможности;
- 3 компании из 20 опрошенных (15 %) пытались присоединиться к бизнес-лобби для продвижения своих интересов.

В качестве характеристики данных компаний необходимо сказать, что все они являются представителями крупного бизнеса. Именно крупный бизнес в большей степени вовлечен в лоббистскую деятельность, и здесь прямая зависимость: крупный бизнес — крупные финансы — широкие интересы как в экономическом, так и в территориальном плане. Поэтому на вопрос «Какие группы интересов представлены в лоббизме Тюменской области и влияют на процессы принятия решений?» ответы распределились следующим образом: сильное банковское лобби — 35 %; сильное промышленное лобби — 40 % лобби среднего и малого бизнеса — 20 %; лобби социальных групп Тюменской области — 5 %.

Кроме того, в рамках исследования предполагалось провести ранжирование отраслей, представленных в области, по степени их возможного влияния на принятие решений в законодательных и исполнительных органах власти. Для этого был предложен список компаний по отраслям и сферам деятельности, ранжирование предполагалось проводить по балльной системе от 1 до 10, где 1 — минимальное влияние на принятие решений, 10 —

максимальное влияние (таблица 1). Как показывает анализ ответов, средние показатели ранжирования следующие: максимальную степень влияния на принятие решений имеет крупный бизнес (отметили 40 % участвующих) — 9–10 баллов; влияние оказывают банковское, нефтегазовое, строительное, лесное, алкогольное лобби; отсутствует влияние страхового, игорного и табачного лобби, так как решение по этим отраслям не включено в сферу полномочий региональных властей; наименьшее влияние имеют социальные группы, однако здесь можно выделить деятельность экологических и природоохранных групп (в ранжировании средний балл 3). Благодаря экологическим лобби Тюменская область находится на 20-м месте (из 85) по экологической ситуации (по данным Национального экологического рейтинга «Зеленый патруль», этот рейтинг включает показатели активности гражданского общества, в том числе, деятельность вышеперечисленных групп) [11].

Таблица 1. Оценка степени влияния различных групп лобби на принятие управленческих решений в Тюменской области

Сферы бизнеса	Оценка респондента	Сферы бизнеса, представленные в лоббистской деятельности	Ранжирование по степени влияния от 1 до 10 (10 — максимальное влияние)
Банковский и финансовый бизнес	35 %	Банки Финансовые компании	9 5
Крупный бизнес	40 %	Нефтегазовая отрасль Строительная отрасль Силовые структуры Страховая сфера Табачная отрасль Алкоголь Игорный бизнес	10 8 3 — — 7 —
Средний и малый бизнес	20 %	Рекламный бизнес Жилищно-коммунальная сфера Аграрный бизнес и фермерство Лесное хозяйство	3 7 7 8
Социальные группы влияния	5 %	Конфессиональные Экологические и природоохранные Пацифистские	1 3 1

На последний вопрос, заданный участникам исследования о том, каким они видят цивилизованный лоббизм в России, среди предложенных ответов был и вариант «Другое». Ответы были следующие: 100 % респондентов ответили, что необходимо признать институт лоббизма, принять законодательство в данной сфере; разрешить официальную деятельность компаний по агрегации интересов, анализу, консультированию, экспертным оценкам тех или иных агрегированных интересов и политических решений; сделать эту деятельность открытой для общества, то есть население должно знать, когда и какие вопросы лоббируются в органах власти; реализовать принцип подконтрольности лоббистской деятельности общественным организациям; ввести кроме профессиональных требований к участникам процесса и деятельности еще и этические требования, для этого возможно создание саморегулируемых организаций и объединений.

Выводы

На сегодняшний день сложилось негативное отношение к лоббизму по ряду причин, главная из которых — невыгодность для сферы коррупции и теневой экономики принятия нормативных актов о лоббизме и введение его в рамки законной, цивилизованной деятельности. Принятие решений по многим вопросам связано с законодательными

инициативами органов региональной власти и реакцией бизнес-сообщества на возможные последствия. Итогом являются построение коррупционных схем и пересмотр проекта нормативного акта или его отклонение.

Цивилизованный лоббизм может стать полноценным инструментом самоорганизации гражданского общества, с помощью которого мобилизуется общественная поддержка или оппозиция политическому или экономическому решению. Как отмечает ряд исследователей [12], главное достоинство лоббизма заключено в создании легитимных возможностей участия в выработке и принятии решений как наиболее заинтересованных общественных групп, так и высококомпетентных специалистов в области управления, права, экономики и так далее.

Библиографический список

- [1] Ибодуллоев А.Р. Особенность лоббизма в политической системе // Международный научно-исследовательский журнал. – 2016. – № 1(43), Часть 4. – С. 97–99.
- [2] Жуков В.И. Политический менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.twirpx.com/file/1372958/> (дата обращения: 08.09.2019).
- [3] Симонов К.В. Лоббизм // Электронная библиотека ИФ РАН [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH8353aad37d30fdcd402683> (дата обращения: 08.09.2019).
- [4] Сучкова А.А. Лоббизм: основные подходы к пониманию // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки КиберЛенинка [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/lobbizm-osnovnye-podhody-k-ponimaniyu> (дата обращения: 20.08.2019).
- [5] Выборный А.Б. Лоббизм: время пришло // Бюджет [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://bujet.ru/article/269444.php> (дата обращения: 08.09.2019).
- [6] Бизнес-сообщество предлагает легализовать в России лоббизм // РИА Новости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ria.ru/20171218/1511145487.html> (дата обращения: 10.09.2019).
- [7] Официальный сайт налоговой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.nalog.ru/rn72/service/actual_inn_ul/ (дата обращения: 08.09.2019).
- [8] Большаков С.Н., Большакова Ю.М. Феномен лоббирования в странах Восточной и Центральной Европы: социологические оценки эффективности // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. – 2016. – № 2. – С. 92–110.
- [9] Магомедов К.О., Крамченков С.И. Лоббизм на уровне местного самоуправления: опыт социологического анализа // Среднерусский вестник общественных наук. – 2012. – № 2. – С. 39–44.
- [10] Шуманов И. Российский корпоративный лоббизм в странах европейского союза: публичные реестры лоббистов // Доклад «Трансперенси Интернешнл-Россия» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://transparency.org.ru/special/lobbying/docs/report-ru.pdf> (дата обращения: 01.09.2019).
- [11] Национальный экологический рейтинг «Зеленый патруль» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://greenpatrol.ru/ru/regiony/tyumenskaya-oblast> (дата обращения: 25.08.2019).
- [12] Чернов А.И. Лоббизм как общественно-политическая деятельность субъектов предпринимательства // Вестник воронежского института экономики и социального управления. – 2015. – № 2. – С. 64–57.

References

- [1] Ibodullov, A.R. (2016). Feature of lobbying in the political system. *International Research Journal*, 1(43) (4), 97–99.
- [2] Zhukov, V.I. *Political management*. Retrieved from <https://www.twirpx.com/file/1372958/>
- [3] Simonov, K.V. *Lobbying*. Electronic library of the IF RAS. Retrieved from <https://iphlib.ru/library/collection/newphilenc/document/HASH8353aad37d30fdcd402683>
- [4] Suchkova, A.A. Lobbying: dream approaches to understanding. *Proceedings of Tula State University. Humanities Cyberleninka*. Retrieved from <https://cyberleninka.ru/article/n/lobbizm-osnovnye-podhody-k-ponimaniyu>
- [5] Elective, A.B. Lobbying: the time has come. *Budget*. Retrieved from: <http://bujet.ru/article/269444.php>
- [6] Business community proposes to legalize lobbying in Russia. RIA News. Retrieved from <https://ria.ru/20171218/1511145487.html>
- [7] The official website of the tax. Retrieved from https://www.nalog.ru/rn72/service/actual_inn_ul/
- [8] Bolshakov, S.N., & Bolshakova, Y.M. (2016). The phenomenon of lobbying in Eastern and Central Europe: sociological evaluation of effectiveness. *Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 2, 92–110.
- [9] Magomedov, K.O., & Kramchenkov, S.I. (2012). Lobbying at the local government level: experience of sociological analysis. *Central Russian Journal of Social Sciences*, 2, 39–44.
- [10] Shumanov, I. *Russian corporate lobbying in the European Union: public registers of lobbyists. Transparency International-Russia Report*. Retrieved from <https://transparency.org.ru/special/lobbying/docs/report-ru.pdf>
- [11] National environmental rating "Green patrol". Retrieved from <https://greenpatrol.ru/ru/regiony/tyumenskaya-oblast>
- [12] Chernov, A.I. Lobbying as socio-political activity of business entities. *Bulletin of the Voronezh Institute of Economics and Social Management*, 2, 64–57.

Получена / Submitted: 08/10/2019

Доработана / Revised: 14/11/2019

Принята к публикации / Accepted: 25/11/2019

УДК 316.728

ПРЕДПОЧТЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ ГРУПП НА РЫНКЕ ЖИЛОЙ НЕДВИЖИМОСТИ Г. ТЮМЕНИ

Юлия Олеговна Баикина¹

¹*Кафедра маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация*

Аннотация. В статье анализируется потребительское поведение населения на рынке жилой недвижимости. Делается заключение, что в условиях рыночного хозяйства особое значение приобретают глубокие знания рынка недвижимости и способность быстро и эффективно реагировать на изменение нужд и запросов потребителей, умело применять инструменты воздействия на их потребительское поведение. В связи с этим автором актуализируется исследование предпочтений потребителей различных социальных групп на рынке недвижимости. Выявляются предпочтения потребителей относительно типов построек, районов города, где расположено жилье, числа комнат, наличия ремонта и другое. Обозначены критерии, определяющие выбор объектов городской недвижимости и инфраструктуры района проживания различными социальными группами. Определяются механизмы приобретения жилья для различных социальных групп. Составлен портрет среднестатистического потребителя рынка жилья г. Тюмени.

Ключевые слова: рынок недвижимости, элементы инфраструктуры, социальные программы, выбор потребителей.

Preferences of Social Groups in the Residential Real Estate Market of Tyumen

Yulia O. Baikina¹

¹*Department of Marketing and Public Administration, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation*

Abstract. The article analyzes the consumer behavior of the population in the residential real estate market. It is concluded that in a market economy deep knowledge of the real estate market and the ability to quickly and effectively respond to changing needs and demands of consumers, skillfully apply tools to influence their consumer's behavior are of particular importance. In this regard, the author actualizes the study preferences of consumers of various social groups in the real estate market. Consumer's preferences are revealed regarding the types of buildings, the areas of the city where the housing is located, the number of rooms, the availability of repairs, and more. Criteria that determine the choice of urban real estate and infrastructure of the area of residence by various social groups are defined. The mechanisms for acquiring housing for various social groups are determined. A portrait of the average consumer of the Tyumen housing market has been compiled.

Keywords: real estate market, infrastructure elements, social programs, consumer choice.

Введение

Индивидуальные различия людей (ценности, убеждения и предпочтительные поведенческие паттерны) сказываются на принятии ими решений и их потребительском поведении. Каждый человек принимает решения, исходя из имеющихся в его распоряжении трех основных ресурсов: времени, денег и возможностей получения и обработки информации [1]. Потребительское поведение — это активность, проявляющаяся людьми при выборе, оплате товаров и услуг, которая прекращается при удовлетворении человеческих потребностей и желаний [2]. Под потребительским поведением также понимают решение потребителей о распределении дохода между товарами и услугами, которые он собирается приобрести [3]. Современный экономический словарь приводит следующее определение потребительского

поведения — это совокупность признаков и показателей, характеризующих действия потребителей, включая их потребительские предпочтения, спрос на товары и услуги, структуру потребления, способы использования доходов [4].

Рассматривая потребление и потребительское поведение с точки зрения социологии, можно отметить, что эти понятия изучаются как в экономической социологии, так и в социологии потребления. В. Ворона, В. Пилипенко, В. Тарасенко отмечают, что социология потребления изучает деятельность в сфере потребления в системе ее разнообразных связей с социальными институтами, взаимодействием потребителей и их групп, функционированием системы ценностей, типов культур, а также культуру потребления; исследует социальные условия, типы и формы потребления, социально-экономические особенности функционирования домашних хозяйств как базы потребления и так далее.

В свою очередь экономическая социология рассматривает потребление как процесс удовлетворения потребностей, который непременно включен в систему экономических отношений, экономической деятельности потребителя, то есть сферу экономики семьи, домашнего хозяйства [5]. Потребительское поведение, а также социальные отношения и взаимодействия, возникающие в процессе потребления, изучаются посредством социологических исследований. Внимание социологов фокусируется на выявлении социальных факторов, влияющих на принятие потребительских решений, на выражении социальной и персональной идентичности в процессе потребления, изменениях потребительского поведения во взаимосвязи с социальными процессами, происходящими в обществе.

Наша статья посвящена исследованию потребительского поведения населения на рынке жилой недвижимости. Очевидно, что жилье играет важную социальную функцию — это место проживания, «среда обитания» людей, и, в частности, семьи как социальной ячейки общества. Оно является одним из важнейших условий существования человека, то есть жизненно необходимым и первостепенным для него. Гражданский кодекс Российской Федерации определяет недвижимость (недвижимые вещи) как земельные участки, участки недр и все, что прочно связано с землей, то есть объекты, перемещение которых без несоразмерного ущерба их назначению невозможно, в том числе здания, сооружения, объекты незавершенного строительства [6]. Рынок недвижимости представляет собой определенную систему сложившихся экономических отношений, благодаря которым через динамику изменения спроса и предложения осуществляется передача прав собственности от продавца к покупателю напрямую или опосредованно, образуются цены и стимулируется конкуренция между различными вариантами использования недвижимости [7]. Тюменский региональный рынок недвижимости представляет собой динамично развивающийся сектор. Характеризуя ситуацию на рынке недвижимости в Тюменской области, И. Хусаинов отметил рекордный (более 40 %) рост числа предложений на рынке вторичного жилья в 2019 году — с 10 тысяч квартир в январе до 14,5 тысяч квартир к началу августа [8]. Экспертами компании UP consAllt зафиксирован рост предложений в новостройках при среднем увеличении стоимости приобретаемого жилья в среднем на 15 % по сравнению с аналогичным периодом 2018 года [9].

Цены на жилье (как вторичное, так и в новостройке) в исследуемом регионе за последний год выросли на 11–14 %. Средняя стоимость квадратного метра жилья сегодня составляет 62,5 тысяч рублей, а по прогнозам экспертов к концу 2019 года она увеличится на 10 тысяч рублей [8]. Тем не менее по доступности жилья Тюменский регион находится на высоком уровне даже по европейским меркам. Можно предположить, что спрос на квартиры увеличивается не из-за повышения покупательской способности жителей области и других регионов России, а благодаря доступной ипотеке. Так, А. Смирнов, начальник управления по работе с партнерами Абсолют Банк, отмечает, что доля сделок с ипотекой при покупке строящегося жилья в 2019 году составила 65 % (для сравнения 56 % в 2018 году) [10]. В то же

время при кажущейся доступности жилья существуют социальные группы, для которых покупка квартиры остается неразрешимой проблемой. Например, пенсионеры, молодежь и другие социально уязвимые слои населения. Для таких категорий государство разработало программы поддержки, представляющие собой систему мероприятий, направленных на оказание помощи гражданам в улучшении условий жилья посредством покупки комнаты в коммуналке, собственной квартиры или частного домовладения (его строительства) [7].

Учитывая динамичность рынка недвижимости, а также неустойчивость потребительского поведения различных социальных групп, целесообразным представляется составление портрета потенциального покупателя с учетом взаимосвязанных характеристик: демографических, социальных, психографических [11]. В статье предпринята попытка составить портрет среднестатистического потребителя на рынке жилой недвижимости г. Тюмени, а также выявить предпочтения потребителей жилой недвижимости.

Материалы и методы

Материалами для исследования послужили научные работы, нормативно-правовые акты в исследуемой сфере, экспертные аналитические обзоры руководителей агентств недвижимости г. Тюмени и ипотечных центров, банковских работников, таких как АН «Этажи», Объединения риэлторов г. Тюмени, ВТБ-банка, Абсолют Банка, а также эмпирические материалы, полученные автором в процессе проведения социологического исследования. Следует отметить, что в работах российских и зарубежных ученых, в силу специфики исследовательских задач, стоящих перед ними, преобладает традиционный, узкодисциплинарный подход к изучению рынка жилья, как правило, с позиций экономики.

В трудах отечественных ученых рынок жилья рассматривается как один из элементов рыночной экономики и рыночных отношений. При этом в работах Л. Абалкина, Н. Волгина, А. Гальчинского, П. Ещенко, Г. Климко, А. Пенкина, В. Петюха, Г. Слезингера и других авторов в рамках разработки теории рыночного реформирования определены лишь общие черты целостной научно обоснованной модели рынка жилья как отражения закономерностей рыночной среды без выявления всего комплекса внутренних причинно-следственных связей. Попытки создания целостной теории рынка жилья, разработки ее научного инструментария были предприняты В. Булановым, С. Дятловым, С. Кузьминым, С. Мочерным, А. Никифоровой, Л. Шевченко. Несомненный интерес представляют исследования аналогичной тематики западных ученых Р.Дж. Эренберга и Р.С. Смита.

В отечественной литературе региональные аспекты формирования, функционирования и анализа рынка недвижимости представлены трудами Е. Анимицы, А. Гранберга, А. Новоселова, Р. Шнипера, В. Горемыкина, В. Ресина, Л. Белых, В. Прорвича, Г. Стерника, П. Юнацкевича. При этом одним из глубоко проработанных направлений в работах отмеченных авторов являются исследования инвестиционной привлекательности регионов. Наиболее известными методиками по оценке регионального инвестиционного климата являются разработки Совета по изучению производительных сил, периодического издания «Эксперт», Института экономики РАН, а также Института экономики и организации промышленного производства Сибирского отделения РАН. В российской литературе по социологии, экономике и менеджменту последних лет уделяется достаточное внимание анализу современного положения в жилищной сфере. Особенности формирования рынка жилья рассматриваются В. Субботиной, Т. Белкиной, Е. Сабуровой. Социальные проблемы на рынке жилья подробно проанализированы А. Гузановой, О. Пчелинцевым.

При бесспорной ценности предпринятых исследований для концептуальной проработки различных аспектов рынка жилья в них содержится немало противоречивых результатов, что затрудняет раскрытие социологического содержания понятийных категорий рынка жилья, механизмов его функционирования, потребительского поведения на рынке недвижимости.

Результаты и обсуждение

Социологическое исследование проводилось путем анкетирования посетителей Ярмарки недвижимости 5 января 2019 года во время проведения Выставки недвижимости в г. Тюмени (7–10 февраля 2019 года). Для формирования выборки использован простой случайный отбор. Объем выборки для обеспечения уровня доверительности $\gamma = 95\%$ и предельно допустимой ошибкой 5 % составил 338 человек. Критерии отбора выборки — возрастные ограничения (от 18 до 61 года и старше), наличие цели приобретения жилой недвижимости. В опросе приняли участие 60,3 % мужчин и 39,7 % женщин. Большая часть респондентов в возрасте 26–35 лет (46,8 %); 36–50 лет — 26,4 %; 18–25 лет — 12,3 %; 51–60 лет — 9,3 %; старше 61 года — 5,2 %. Большинство из принявших участие в исследовании (28,2 %) являются представителями сферы услуг; в сфере торговли работают 25,4 %; строительстве — 14,3 %; в государственных органах — 13,7 %; промышленности — 10,9 %; сфере финансов — 7,2 %; сельскохозяйственной сфере — 0,3 %. Безусловно, род деятельности (профессия) накладывает свой отпечаток на покупательское поведение. Человек следует привычкам своего рабочего окружения, стремится подражать более успешным коллегам, руководству. Кроме того, род занятий часто служит указанием платежеспособности покупателя. По результатам исследования в браке живут 52,4 %; респондентов; в разводе — 36,1 %; не женаты и не замужем — 7,4 %; вдовствуют — 4,1 %. Наличие детей и их количество оказывают влияние на предпочтения по количеству комнат в выбираемой квартире, на выбор района проживания и на инфраструктуру. 47,6 % имеют детей в возрасте 4–10 лет, на долю семей с детьми 11–18 лет пришлось 34,8 % опрошенных, а у 17,6 % — дети в возрасте 1–3 лет.

Жизненный цикл семьи позволяет получить более однородные сегменты рынка потребителей. Это понятие включает в себя семейное положение, возраст и наличие детей. По жизненному циклу людей можно классифицировать следующим образом: одинокий молодой человек (мужчина или женщина), живущий отдельно от родителей; молодая семья без детей; молодая семья с детьми, младшему из которых меньше 6 лет; молодая семья с детьми, младшему из которых больше 6 лет; пожилые супруги (старше 45 лет) с детьми; пожилые супруги, дети которых уже покинули родной дом; одинокий пожилой человек (мужчина или женщина), зачастую вдовец или вдова. На каждой стадии жизненного цикла набор из предпочтений у потребителей видоизменяется, что вполне объяснимо. Например, у одиночек и у семей с детьми будут различные представления как о типе жилья и количестве комнат, так и о приоритетах в критериях выбора инфраструктуры. А у пожилых людей и вдовствующих будут как другие материальные возможности при покупке жилья, так и цели его приобретения. От доходов респондентов напрямую зависят предпочтения в покупке жилой недвижимости. Семьи с высоким доходом рассматривают более дорогие варианты квартир, их волнует безопасность двора, где будут играть их дети. Немаловажным фактором для них является социум, с которым придется проживать в одном доме и районе. Семьи со средним доходом отдадут предпочтение большей площади квартиры за меньшую стоимость. Пенсионеров и пожилых людей более волнует доступность жилья по стоимости, низкие этажи, размер будущей квартплаты. В нашем исследовании респондентов, имеющих совокупный доход на одного члена семьи до 20 тысяч рублей, оказалось 24,3 %; с доходом от 20,1 до 40 тысяч рублей — 37,6 %; от 40,1 до 60 тысяч рублей — 20,8 %; свыше 60 тысяч рублей — 17,3 %. Важно также отметить, что из числа респондентов в настоящее время не имеют жилья 38,1 %, имеют жилье в собственности 54,3 %, а 7,6 % живут с родителями.

Результаты исследования показали, что 38,1 % респондентов отдадут предпочтение приобретению квартир путем долевого участия в новостройках, 25,3 % готовы купить квартиру на вторичном рынке с условием срока эксплуатации дома до 5 лет; вторичное жилье со сроком эксплуатации дома до 20 лет согласны приобрести 20,6 %. Для 2,5 % опрошенных год постройки не имеет значения. А вот 13,5 % будут выбирать из того, что подойдет им по имеющимся в наличии деньгам. К основным достоинствам готового жилья можно отнести его

расположение в обустроенных районах, где в шаговой доступности есть все необходимое для полноценной жизни современного человека: школы, детские сады, поликлиники, аптеки, торговые центры, магазины, кафе и многое другое. В районах возведения новостроек социальная инфраструктура часто недостаточно развита. Кроме того, новые дома в основном находятся довольно далеко от центра города, куда сложно добраться без пробок. Больше других в категорию, желающую приобрести такое жилье, попали молодежь 18–25 лет, для которой не подходит вариант приобретения жилья с привлечением ипотечных средств в силу отсутствия основного места работы со стабильным доходом, и пенсионеры, количество средств у которых очень ограничено, которые используют средства по социальным программам. Выбор района проживания важен для всех респондентов. Здесь все весьма индивидуально: кому-то необходима тишина спального района, люди, для которых важна экологичность района, предпочтут жилье подальше от промышленных предприятий, а для тех, кто покупает квартиру в центре города, зачастую действуют свои приоритеты — престиж новостройки, развитая торговая и развлекательная инфраструктура и прочее. Следует отметить, что от района расположения недвижимости часто зависит не только ее стоимость, но и комфорт проживания жильцов. Наиболее предпочтительными являются Центр (21,3 %), второе по популярности место (рисунок 1) разделили между собой Европейский и Заречные районы (12,4 %), Мыс (12,3 %). В микрорайоны в основном готовы переехать молодежь и пенсионеры. А загородные районы, хоть и набравшие минимальное количество ответов, интересуют категорию людей в возрасте от 51 до 60 лет, но чаще не в сегменте жилой недвижимости в многоквартирных домах, а в сегменте загородной недвижимости в коттеджном исполнении.

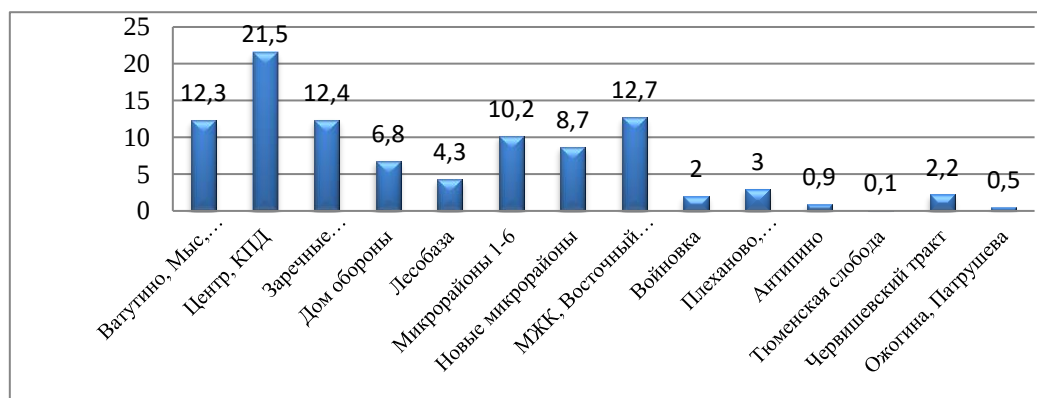


Рисунок 1. Распределение респондентов относительно предпочтений по наиболее привлекательным для проживания районам г. Тюмени

Чуть более половины респондентов (52,1 %) ищут квартиру в домах с этажностью до 16 этажей, 40,5 % хотят жить в домах с этажностью до 25 этажей (преимущественно молодежь, которая предпочитает жить на высоких этажах с открывающимися панорамными видами из окон) и лишь 7,4 % предпочитают малоэтажное строительство — рассматривают покупку квартиры в домах не выше 5 этажей.

Почти половина респондентов (47,7 %) выбирают двухкомнатные квартиры. В основном это молодежь, семьи с детьми. Далее востребованными считаются однокомнатные квартиры (в пользу них высказались 24,3 % респондентов). Их чаще всего ищут одинокие люди и молодые семьи. Они востребованы у категории граждан, которые приобретают жилье по социальным программам и четко ограничены в площади квартир и цене на них. Разведенные респонденты тоже отдают предпочтение однокомнатным квартирам. На третьем месте — квартиры планировки 3+ (13,7 %). Это достаточно новое предложение на рынке недвижимости, интересное вариативностью планировок и удобством проживания. Их любят

как молодые семьи, так и люди предпенсионного возраста. Следующие по востребованности — трехкомнатные квартиры (9,6 %). Квартиры-студии готовы купить лишь 5,2 % респондентов (чаще всего это молодые люди без семей, студенты). Квартиры с количеством комнат от 4 и выше ищут только 1,5 % респондентов.

Наиболее популярными по площади являются квартиры от 51 до 70 м² (29,4 %), на втором месте — квартиры общей площадью от 71 до 100 м² — за них высказались 27,9 % опрошенных, далее идут квартиры с площадью 31–50 м² (23,7 %). 14,9 % респондентов в поисках квартир более 100 м².

43,6 % респондентов отдают предпочтение домам в кирпичном исполнении, на втором месте монолитно-каркасные конструкции домов (26,3 %), в домах в панельном исполнении готовы жить 24,8 %. И лишь для 5,3 % не имеет значения, из какого материала будет построен их дом, лишь бы для них было приемлемо предложение по цене. Относительно предпочтений поиска и покупки квартиры с черновой отделкой высказалось 44,1 % опрошенных, на втором месте по популярности стоят квартиры с улучшенной черновой отделкой. 23,9 % респондентов отдали свои голоса за уже выполненные в квартирах черновые работы по отделке. Необходимость наличия чистовой отделки «под ключ» является важным критерием выбора у 22,6 % опрошенных. И лишь 9,4 % заявляют обязательным условием в отделке отделку по индивидуальному дизайн-проекту. Это чаще всего касается категории обеспеченных семей и пенсионеров с накоплениями.

Квартира, ограниченная стенами и квадратурой, прописанной в договоре долевого участия, становится далеко не единственным требованием, предъявляемым к среде: это также безопасность, комфорт, отдельные зоны для автомобилистов и пешеходов, зоны для детей и спорта. Можно выделить две группы покупающих недвижимость: те, что это делают впервые, и те, что это делают на основе предыдущего опыта. Даже при покупке одного и того же вида недвижимости представители этих групп будут вести себя по-разному, так как они имеют различные приоритеты в характеристиках покупки. Респондентам было предложено проранжировать по степени значимости для них элементы инфраструктуры в районе их проживания. В лидерах по важности оказались детские сады (23,6 %), школы (22,3 %) — преимущественно у семей с детьми, продуктовые магазины (15,7 %). Дальше по степени убывания расположились спортзал — этот критерий важен для 9,6 % опрошенных, детская студия (5,8 %), кафе, рестораны — 5,7 %, салоны красоты, парикмахерские, аптека (7,9 %), и кинотеатр на последнем месте по важности — он набрал лишь 2,3 % голосов. В категории «Другое» 2,2 % опрошенных респондентов указали наличие поликлиники, СПА-комплексов, катка (рисунок 2).

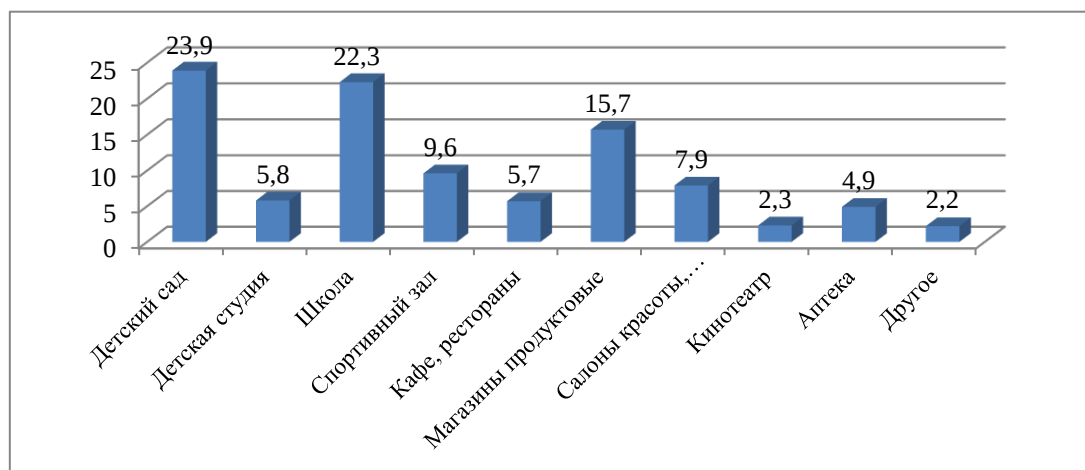


Рисунок 2. Распределение ответов респондентов относительно степени значимости для них элементов инфраструктуры района проживания

Ответы на вопрос о значимости критериев респондентов при выборе ими квартиры распределились следующим образом: самым важным оказался район, в котором квартира должна располагаться — 23,5 %. Этот критерий оказался самым значимым и для молодежной группы, и для пенсионеров. Цена квартиры на втором месте по важности — 18,8 %, площадь квартиры стоит на третьем месте у респондентов — 17,2 %. Здесь мнение пенсионеров высказывалось в пользу квартир с меньшей площадью, молодежь из-за расширения семьи, наоборот, ищет квартиры с площадью, большей предыдущего жилья. Далее по степени убывания идут тип жилья (11,3 %), материалы отделки дома (8,8 %). На престижность жилья обращают внимание 5,9 % респондентов. В основном это респонденты из возрастной группы 35–50 лет. Улице проживания отдано предпочтение 4,6 % опрошиваемых. Здесь пенсионеры указывают на то, что этот критерий для них важен в связи с близостью расположения от квартир детей. Молодежь аналогично подбирает улицу проживания в зависимости от близости к школам, садикам, родителям и месту работы. Важность расположения остановок общественного транспорта отметили 3,8 % респондентов (рисунок 3). В эту категорию попали в основном молодежь до 25 лет, у которой еще нет своего автомобиля, и пенсионеры, которые тоже отмечают отсутствие личного автотранспорта. Замыкают рейтинг конструкция дома (2,6 %) и графа «Другое», где 3,5 % респондентов указали высоту потолков, благополучное соседство, наличие вместительной парковки во дворе, хороший вид из окна. Паркинги в основном респонденты хотят получить в качестве бонуса к приобретаемой квартире. Для многих это не столь важный критерий при выборе жилья.

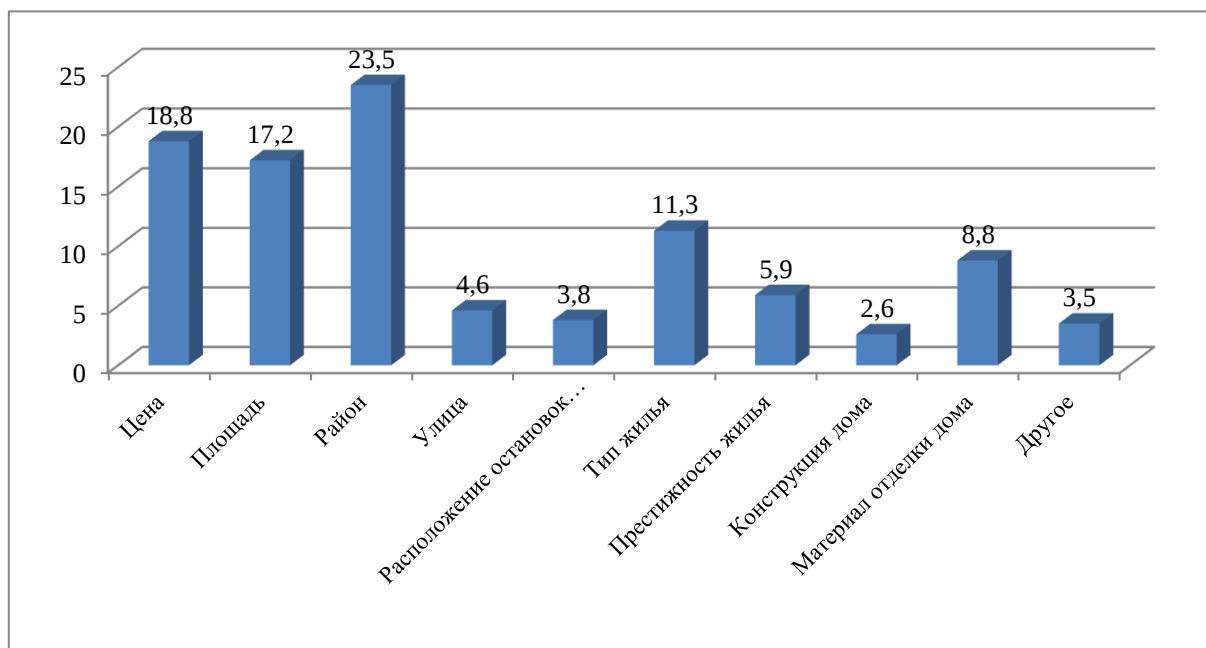


Рисунок 3. Распределение ответов респондентов относительно важности критериев выбора квартиры

Прежде чем покупать интересующую квартиру, большинство респондентов (52,3 %) планируют сначала продать свое жилье, в котором проживают на данный момент. Привлекут кредитные средства банка (ипотека) 25,8 % респондентов. Воспользуются накоплениями лишь 12 % опрошенных. 8,4 % приурочат покупку квартиры к использованию средств, предоставленных им по государственным программам. Распределение отметивших этот источник оплаты логично: социальная группа от 18 до 35 намеревается воспользоваться программой «Молодая семья», в категории респондентов в возрасте 61 и старше были респонденты, у которых есть возможность воспользоваться Программой по приобретению

жилья для участников и ветеранов Великой Отечественной войны и боевых действий. В группе респондентов в возрасте от 51 до 60 лет встречались те, у кого есть сертификаты по программе «Государственная помощь бюджетникам в приобретении объектов жилой недвижимости». И лишь у 1,5 % респондентов есть возможность занять недостающие средства у знакомых. Таким образом, треть опрошенных не в состоянии решить свою проблему без помощи государства или привлечения кредитных средств. Доступное жилье интересует почти всех респондентов, вне зависимости от того, представителями какой социальной группы они являются. Люди с невысоким достатком рассматривают такую покупку с целью улучшения жилищных условий; со средним достатком — как второе, альтернативное жилье либо жилье для детей или родителей; обеспеченные граждане — чаще всего в целях инвестиций и сохранения финансовых средств.

Для жилья квартиру хотят приобрести большинство (70,5 %) опрошенных. В комментариях были указаны ответы: чтобы оставить в будущем детям (у пенсионеров), чтобы улучшить свои жилищные условия (у группы «молодежь»). Для сдачи в аренду — 27,2 % респондентов. 2,3 % считают покупку квартиры выгодной инвестицией. В основном в эту категорию респондентов попали работающие в возрасте 51–60 лет, желающие вложить имеющиеся у них накопления. Наиболее выгодными квартирами с целью последующей перепродажи являются недорогие маленькие квартиры в отдаленных районах города, а также жилье в центре города.

Выводы

В современной научной литературе исследования, посвященные теме недвижимости, в основном ориентированы на изучение правовых аспектов, конкретно-экономических проблем. В то же время в условиях рыночного хозяйства особое значение приобретают глубокие знания рынка и способность быстро и эффективно реагировать на изменение нужд и запросов потребителей, умело применять инструменты воздействия на их потребительское поведение. В связи с этим актуализируются исследования предпочтений потребителей различных социальных групп. При анализе полученной в ходе проведенного исследования информации был составлен портрет среднестатистического потребителя рынка жилой недвижимости г. Тюмени. Преимущественно это мужчина 26–35 лет, профессия которого относится к сфере услуг. В настоящий момент у него уже имеется в собственности жилье, которое он хотел бы продать и использовать эти средства с доплатой разницы на покупку следующей квартиры. Он в браке, имеет детей в возрасте 4–10 лет. Он выбирает в основном из двухкомнатных квартир общей площадью 51–70 м² в кирпичном многоэтажном доме, в котором до 16 этажей. Квартира покупается для проживания в ней с семьей. Из районов он предпочитает центральную часть города. Желательно, чтобы это было новое жилье с черновой отделкой, чтобы не переплачивать за чужой ремонт, а сделать все по собственным запросам. Основными критериями при выборе альтернативных вариантов выступают наличие в районе проживания школ и детских садов, продуктовых магазинов. Это объясняется как раз наличием семьи и детей, подходящих по возрасту. Для среднестатистического покупателя городской недвижимости в г. Тюмени не важна покупка парковочного места, но крайне важными критериями выступают район, цена и площадь квартиры.

Портрет среднестатистического потребителя жилой недвижимости г. Тюмени вполне логичен. Мужчина — кормилец, глава семейства. Львиная доля доходов в его возрастной группе приходится на него, так как супруга, судя по наличию и возрасту детей, может находиться в отпуске по уходу за ребенком. Женщины в большей степени воспринимают визуальную составляющую предложения и в меньшей функциональность. Покупая квартиру, женщина уже выбирает кухню и расставляет мебель. Мужчина, покупая квартиру, изучает рынок и особенности сделки. По причине наличия детей важными критериями

предпочтительных элементов инфраструктуры района названы школы и детские сады. В этой возрастной группе значительная доля респондентов, у которых в качестве частичной оплаты предусмотрены средства по социальной программе поддержки «Молодая семья».

Библиографический список

- [1] Блэкуэлл Р., Миниард П., Энджел Дж. Поведение потребителей: учебник. – 10-е изд. – Санкт-Петербург: Питер, 2007. – 943 с.
- [2] Ложкин Г.В. Потребительское поведение // Практическая психология и социальная работа: научно-практический образовательно-методический журнал. – 2009. – № 4. – С. 7.
- [3] Ващекин Н.П., Парамонова Т.Н., Самарина С.М. Маркетинг: учебник. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИД ФБК-ПРЕСС, 2003. – С. 106.
- [4] Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубский Е.Б. Современный экономический словарь. – 2-е изд., испр. – Москва: ИНФРА-М, 1999. – 479 с.
- [5] Ворона В.М., Пилипенко В.Е., Тарасенко В.И. Экономическая социология: научное пособие / Под ред. В.М. Вороны, В.Е. Пилипенко. – Москва: Институт социологии НАН Украины, 1997. – 273 с.
- [6] Гражданский кодекс Российской Федерации. 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 25.09.2019).
- [7] Постановление Правительства РФ от 30.12.2017 № 1710 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Обеспечение доступным и комфортным жильем и коммунальными услугами граждан Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://arb.ru/b2b/news/kabmin_rf_obsudit_proekt_osnovnykh_napravleniy_dkp_na_2020_2022_gg-10322335/ (дата обращения: 22.09.2019).
- [8] Этажи: Агентство недвижимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.etagi.com> (дата обращения: 23.09.2019).
- [9] UP consAllt: Студия продаж [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sellstudio.ru/> (дата обращения: 25.09.2019).
- [10] Абсолют банк: Банк [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://absolutbank.ru> (дата обращения: 27.09.2019).
- [11] Алешина И.В. Поведение потребителей. – Москва: Экономистъ, 2016. – 234 с.

References

- [1] Blackwell, R., Miniard, P., & Engel, J. (2007). *Consumer Behavior*. St. Petersburg: Peter.
- [2] Lozhkin, G.V. (2009). Consumer behavior. *Practical Psychology and Social Work: Scientific and Practical Educational and Methodological Journal*, 4, 7.
- [3] Vashchekin, N.P., Paramonova, T.N., & Samarina, S.M. (2003). *Marketing*. Moscow: Publishing House FBK-PRESS.
- [4] Rayzberg, B.A., Lozovskiy, L.Sh., & Starodubskiy, E.B. (1999). *Modern economic dictionary*. Moscow: INFRA-M.
- [5] Vorona, V.M., Pilipenko, V.E., & Tarasenko, V.I. (1997). *Economic sociology: a scientific guide*. Moscow: Institute of Sociology, National Academy of Sciences of Ukraine.
- [6] Civil Code of the Russian Federation. November 30, 1994 N 51-ФЗ. http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/.
- [7] Decree of the Government of the Russian Federation of December 30, 2017 No. 1710 "On approval of the state program of the Russian Federation "Providing affordable and comfortable housing and utilities for citizens of the Russian Federation". Retrieved from https://arb.ru/b2b/news/kabmin_rf_obsudit_proekt_osnovnykh_napravleniy_dkp_na_2020_2022_gg-10322335/.

- [8] Etagi: Real Estate Agency. Retrieved from <http://www.etagi.com>.
- [9] UP consAllt: Sales Studio. Retrieved from <http://sellstudio.ru/>.
- [10] Absolut bank: Bank. Retrieved from <http://absolutbank.ru>.
- [11] Aleshina, I.V. (2016). *Consumer behavior*. Moscow: Economist.

Получена / Submitted: 01/10/2019

Доработана / Revised: 18/11/2019

Принята к публикации / Accepted: 29/11/2019

УДК 316.354:351/354

СОЦИАЛЬНОЕ САМОЧУВСТВИЕ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ КАЛМЫКИИ: ПО ИТОГАМ АНКЕТИРОВАНИЯ 2019 г.

Людмила Васильевна Намруева¹, Лаг Цаганманджиевич Бадмахалгаев²

¹*Отдел комплексного мониторинга и информационных технологий, Калмыцкий научный центр Российской академии наук, Элиста, Российская Федерация*

²*Кафедра экономической безопасности, учета и финансов, Калмыцкий государственный университет имени Б.Б. Городовикова, Элиста, Российская Федерация*

Аннотация. Исследуемая республика относится к депрессивным регионам страны, где наиболее сильно проявляются последствия непродуманных реформ. В условиях затянувшегося экономического кризиса значительно увеличивается количество тех, у кого ухудшается материальное положение, исчезает социально-экономическая устойчивость. Несмотря на эти негативные явления, оптимисты не только уверенно смотрят на свое будущее, но и адаптировались в рыночных условиях, полагаясь на свои силы и возможности. Пессимисты не видят своего будущего, так как уровень жизни в регионе не позволяет реализовать жизненные планы. В данной статье рассмотрены результаты анкетного опроса, проведенного в республике в мае 2019 года в рамках указанного проекта. С учетом анализа социального самочувствия сельского населения, факторов, влияющих на него, определены удовлетворенность/неудовлетворенность жизненными потребностями сельчан, зависимость этих процессов от экономической ситуации в стране.

Ключевые слова: регион, экономический кризис, уровни бедности, активная миграция, межэтнические отношения.

Social Wellbeing of the Rural Population of Kalmykia: at the End of the Survey 2019

Lyudmila V. Namrueva¹, Lag T. Badmahalgaev²

¹*Department of Integrated Monitoring and Information Technology, Kalmyk Scientific Center of the Russian Academy of Sciences, Elista, Russian Federation*

²*Department of Economic Security, Accounting and Finance, Kalmyk State University named after B.B. Gorodovikov*

Abstract. The Studied Republic belongs to the depressed regions of the country, where the consequences of ill-conceived reforms are most strongly manifested. In the context of the prolonged economic crisis, the number of those whose financial situation is deteriorating and socio-economic stability is disappearing significantly increases. Despite these negative phenomena, optimists are not only confident about their future, but also adapted to market conditions, relying on their strength and capabilities. Pessimists do not see their future, because the standard of living in the region does not allow to realize life plans. This article discusses the results of a questionnaire survey conducted in the Republic in May 2019 within the framework of this project. Analyzing the social well-being of the rural population, the factors affecting it, the satisfaction/dissatisfaction with the vital needs of the villagers, the dependence of these processes on the economic situation in the country were determined.

Keywords: region, economic crisis, poverty levels, active migration, interethnic relations.

Введение

В кризисном обществе социальное самочувствие населения во многом зависит от эффективности государственной системы социального обеспечения, реализации программ по поддержке граждан, оказавшихся в сложной жизненной ситуации, обеспечения гарантий на получение социальных услуг. Цель исследования — на основе анализа проведенного

анкетирования разработать рекомендации соответствующим органам власти для повышения эффективности действующей системы социального обеспечения. Это поможет решить многие социальные проблемы, поспособствует укреплению социальной сплоченности и переходу к устойчивому экономическому росту. Здесь приоритетами становятся развитие личности, социальные свободы, гендерное равенство, обеспечение занятости и справедливая оплата труда, равный доступ к образованию и рабочим местам, охрана здоровья людей и другое [1].

В исследовании были использованы подходы отечественных социологов, которые под социальным самочувствием понимают «эмоциональное состояние, социальный оптимизм, физическое самочувствие, показатели материальной обеспеченности и социальной адаптации» [2]. Тюменские исследователи представляют «социальное самочувствие как субъективно-ценностное определение личностью своего состояния в различных областях своей жизнедеятельности, каждая из которых характеризуется специфическими критериями, показателями и индикаторами, перечень которых достаточно объемён» [3].

Среди критериев социального самочувствия были выделены такие: материальная обеспеченность, социальная адаптация, эмоциональное состояние, социальный оптимизм. По мнению ведущих социологов, в условиях экономического кризиса повышается значимость традиционных проблем социального обеспечения, увеличивается количество нуждающихся, поскольку в зону кризисной турбулентности попадают не только бедные, но и довольно обеспеченные группы, теряющие свою социально-экономическую устойчивость [4].

В Республике Калмыкия, являющейся крупным аграрным регионом, сельское население составляет 54,6 %. В сельской местности вышеназванные проблемы ярко выражены, вследствие чего значительно сократился сельский контингент: за постсоветский период он уменьшился на 40 000 человек. Одна из главных причин этого явления заключается в отсутствии работы, половина сельских поселений не имеет селообразующего предприятия. Поэтому селяне вынуждены покидать родные места в поисках средств существования. В реализации исследовательских задач были использованы данные анкетного опроса, проведенного в мае 2019 года в рамках указанного проекта.

Материалы и методы

В анкетном опросе участвовали 253 респондента, сельских жителей республики, из них 48 % — мужчины, 52 % — женщины. Генеральная совокупность сельского населения в гендерном разрезе представлена почти равномерно: 51 % — мужчин, 49 % — женщин. Распределение массива по этнической принадлежности выглядит следующим образом: калмыки составляют подавляющее большинство — 80,6 % от выборочной совокупности; русские — 11,5 %; представители других этнических групп — 7,9 %. Стоит заметить, что в ходе анкетирования были опрошены респонденты тех районов, где калмыцкое население доминирует в численном составе. Недостаточное количество опрошенных русских и представителей других этнических групп не позволяет анализировать их ответы.

Выборочная совокупность представлена различными социальными группами, имеющимися в селе. Сфера занятости распределена так: 28,1 % респондентов работают в бюджетных учреждениях; 19,4 % трудятся по найму; 16,6 % — безработные; 13,8 % — пенсионеры; 10,7 % — студенты; 5,5 % — предприниматели; 2,4 % находятся в отпуске по уходу за ребенком.

Результаты и обсуждение

Важной характеристикой социальной защищенности населения является оценка собственного материального положения. М.К. Горшков, директор ФНИСЦ РАН, отмечает склонность россиян объяснять низкий уровень жизни, сложившейся в стране общей экономической ситуацией. «Основная проблема, с которой сталкиваются россияне, — это

материальные трудности (43 %), к которым относятся плохое материальное положение (36 %), скудное питание (4 %), проблемы с одеждой и обувью (3 %), а также с жильем (12 %)» [5]. В ходе анкетного опроса были получены такие ответы о материальном положении: 10 % опрошенных свидетельствуют о том, что они находятся на уровне бедности или обездоленности, то есть, не имея средств на самое необходимое, постоянно берут продукты в долг. Большинство респондентов (57 %) живет бедно, они приобретают только продукты питания. Безусловно, нахождение 67 % опрошенных на уровне бедности и ниже этой черты показывает, что эта солидная часть общества, не приспособившись к жестким условиям рынка, зависит от заработной платы и государственных трансфертных платежей, которые помогают уязвимым группам пережить в какой-то степени сложности кризисного периода. Согласно утверждению экспертов, «низкий уровень и качество жизни являются одной из главных проблем, вызывающих инертность, пассивность и безынициативность сельских товаропроизводителей» [3].

25 % респондентов живут в достатке, обеспеченно, что позволяет им приобретать необходимое и бытовую технику (без ущерба для бюджета). 3,7 % опрошенных не имеют никаких материальных проблем, так как могут приобретать качественные продукты питания, бытовую технику, отдыхать за границей (без ущерба для бюджета). 2,9 % респондентов имеют сверхдоходы, которые позволяют им дополнительно ко всему вышеуказанному покупать недвижимость. В совокупности треть опрошенных (31 %) приспособилась к рыночным условиям и не испытывает никаких материальных проблем [6].

Осуществленный анализ показал, что социальная структура в сельской Калмыкии сильно дифференцирована. Согласно утверждению М.К. Горшкова, «имущественная дифференциация поляризует интересы социальных групп» [7], которые различаются доходной обеспеченностью. Этот фактор влияет на социальное самочувствие жителей республики (таблица 1). Большую часть опрошенных (66 %) беспокоит невозможность обеспечить себя, свою семью необходимым в течение текущего года. Из них 44 % сильно этим озабочены, 22 % это беспокоит в меньшей степени. Заметим, что женщин (73 %) больше, чем мужчин (61 %) беспокоит отсутствие средств для обеспечения семьи. Корреляция с уровнем доходов показывает, что эта группа испытывает сильные материальные затруднения, которые привели к изменению привычного образа жизни, отсутствию возможности жить достойно. Эти процессы отражаются на настроении населения, усилении социального пессимизма. По мнению социологов ФНИСЦ, «серьезное снижение реальных доходов и ухудшение жизненных условий после вступления в новый кризис, несмотря на всю их относительность и неравномерность, порождало у россиян, даже занимающих невысокие социальные позиции, своеобразный комплекс ожиданий дальнейших негативных изменений не только в их экономическом, но и в социальном положении» [4].

Исходя из результатов исследования, подготовленного РИА «Новости», Республика Калмыкия на период анализа находилась на 83-м месте из 85. За чертой бедности живут 24,2 % жителей республики, причем 3,4 % — за чертой крайней бедности [8]. Определенная часть социума испытывает напряжение, беспокойство за состояние семьи. Исследование показывает, что почти половину массива (44 %) сильно тревожит материальное положение семьи, не позволяющее удовлетворять важные витальные потребности (таблица 1). Каждый седьмой опрошенный (14 %) заметил, что в ситуации материальных затруднений обеспокоенность усиливается, а когда положение улучшается, то и тревоги за ближайшее будущее исчезают (таблица 1). В общей сложности только 12 % респондентов не волнуют проблемы материального обеспечения семьи (не очень — 8 %, совсем не беспокоит — 4 %).

В оценке семейных жизненных перспектив мужчины более чем в два раза оптимистичнее женщин (18 % против 8 %). Четверть выборочного массива негативно оценивает свои перспективы: по мнению 27 % респондентов, ничего не изменится; 8 % опрошенных с осторожностью замечают, что, возможно, их жизнь немного ухудшится; 5 %

респондентов считают скептически, что они, их семьи будут жить гораздо хуже, чем в настоящее время. Общие средние данные позволяют констатировать, что настроенных позитивно (41 %) в три раза больше, чем настроенных отрицательно (13 %). Безусловно, позитивный настрой позволяет сельским жителям пережить сложные времена, адаптироваться к суровым рыночным условиям, пытаться найти выход в трудных ситуациях. Именно группа оптимистов может участвовать в создании такого морального фона в обществе, который способен помочь в преодолении существующих трудностей и поддержке социальной и политической стабильности [9], группа оптимистов адаптировалась к жизни в рыночных условиях [10].

Таблица 1. *Беспокоит ли Вас невозможность обеспечить себя, свою семью самым необходимым в течение ближайших 12 месяцев? (в % по группе)*

Варианты ответов	Мужчины	Женщины
Очень беспокоит	45,9	44,2
Немного беспокоит	15,6	29,5
И да и нет	16,4	12,4
Не очень беспокоит	9,0	7,0
Совсем не беспокоит	4,1	3,9
Затрудняюсь ответить	8,2	1,6

Одним из выходов из неблагоприятной обстановки в сельском социуме является миграция жителей (таблица 2). Согласно мнению ведущего социолога села П.П. Великого, в отходничестве, сезонной трудовой миграции сельчан заключены возможность их территориальной мобильности, надежда прервать предзаданность убогой, одномерной жизни. Выживание сельских мигрантов построено на самообеспечении и отсутствии интереса к ним рыночной экономики [11]. Стоит отметить, что «вследствие миграции изменяется этническая структура сельских поселений республики. Так, укрупнились этнические общины представителей народов Северного Кавказа» [12]. Почти треть опрошенных (30 %) решительно настроена на отъезд. Каждый седьмой опрошенный (14 %) не связывает свою жизнь с сельской местностью, потому что не видит своего будущего здесь, поскольку уровень жизни в регионе не позволяет реализовать свои возможности. Женщин в большей степени не устраивает сельская жизнь, так как они не могут себя реализовать в первую очередь в профессиональной сфере (таблица 2).

Таблица 2. *Распределение ответов на вопрос «Связываете ли Вы свою жизнь с селом?» (в % по группе)*

Варианты ответов	Мужчины	Женщины
Конечно, только на родной земле можно самореализоваться	29,5	19,4
Возможно, все зависит от доступности жилья на рынке (первичном, вторичном) недвижимости	7,4	10,1
Возможно, все зависит от ситуации на рынке труда, от наличия работы в селе	32,0	34,1
Не вижу своего будущего здесь, поскольку уровень жизни в регионе не позволяет мне реализовать свои возможности	12,3	17,1
Не вижу, так как на пособия, пенсию, низкую зарплату невозможно достойно жить	13,9	18,6

Каждый шестой респондент (16 %) не связывает свою жизнь с селом, так как на получаемые пособия, пенсию, низкую зарплату невозможно достойно жить. 24 % опрошенных связывают свою жизнь с селом, считая, что только на родной земле можно самореализоваться. При этом мужчин, придерживающихся такой точки зрения (29 %), значительно больше, чем женщин (19 %). 8 % респондентов готовы остаться в селе при условии, что для них будет доступно жилье (первичное, вторичное). Женщин, для кого важен этот фактор, незначительно больше, нежели мужчин (10 % и 7 % соответственно).

Треть опрошенных (33 %), независимо от гендерной принадлежности, связывает свою жизнь с селом, если улучшится ситуация на сельском рынке труда, появится работа. В период экономического кризиса положение многих селян значительно ухудшилось. Исследование дало возможность проанализировать, как это отразилось на самочувствии и настроении людей, рассмотреть такой индикатор социального самочувствия, как социальный оптимизм. Анализ ответов на закрытый вопрос «Не могли бы Вы оценить, каким бывает Ваше настроение чаще всего в последнее время?» свидетельствует, что 16 % респондентов настроены оптимистично, приподнято, хорошо. У 28 % настроение чаще стабильное, уверенное. У 39 % бывает по-разному (иногда хорошо, иногда тревожно, тяжело). 9 % респондентов чувствуют себя плохо, испытывают неуверенность, страх. 5 % опрошенных чувствуют себя плохо, пессимистично (нет будущего, не хочется жить). Женщины значительно менее оптимистичны (10 %), чем мужчины (22%). Однако они более стабильны, уверены (36 %), нежели мужчины (23 %). Таким образом, полученные результаты свидетельствуют о том, что 44 % опрошенных являются носителями социального оптимизма, уверенности. Эти респонденты адаптировались в современных реалиях, полагаясь, прежде всего, на свои силы и возможности. На настроение сельских жителей влияют следующие факторы: исчезновение сел, безвозвратная миграция (30 %), одиночество, пребывание родных за пределами села (22 %), исчезновение этнической культуры, калмыцкого языка (15 %), отсутствие условий для нормальной жизни (воды, ФАП, почты и других учреждений) (8 %) (таблица 3). В качестве положительных факторов стоит упомянуть, что каждый восьмой опрошенный (13 %) отметил, что жизнь на селе постепенно улучшается. Единицы отметили, что молодежь возвращается в село.

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос «Что более всего волнует вас и влияет на ваше настроение?» (в % по группе)

Варианты ответов	Мужчины	Женщины
Одиночество, родные за пределами села	21,3	23,3
Нет условий для нормальной жизни (воды, ФАП, почты и других учреждений)	7,4	9,3
Село пустеет, люди сюда не вернутся	30,3	31,8
Исчезает этническая культура, калмыцкий язык	20,5	10,1
Старики никому не нужны	6,6	3,1
Жизнь понемногу улучшается	12,3	15,5
Молодежь возвращается в село	—	1,6

Исходя из полученных ответов, тройка основных ценностей выглядит традиционно: крепкая, счастливая семья (70 %), здоровье (66 %), благополучие детей (47 %) (таблица 4).

Таблица 4. Распределение ответов на вопрос «Какие из нижеперечисленных ценностей являются для вас основными?» (в % по группе)

Варианты ответов	Мужчины	Женщины	Ранг
Крепкая, счастливая семья	62,3	78,9	1
Здоровье	59,0	74,2	2
Материальная обеспеченность	27,0	29,7	4
Благополучие детей	41,8	54,7	3
Уверенность в завтрашнем дне	28,1	20,1	5
Надежные друзья	15,6	11,7	6
Хорошее образование	7,4	3,9	8
Интересная работа	4,9	3,9	9
Успешная карьера	3,3	8,6	7
Возможность быть полезным обществу	2,5	0,8	11
Духовность, вера в бога	4,1	3,9	10
Творчество, вдохновение	0	1,6	12

Эти ценности выбраны половиной и большей частью респондентов. Важны, но не в такой степени (они выбраны четвертью опрошенных), материальная обеспеченность (28 %), уверенность в завтрашнем дне (24 %). Стоит отметить такую ценность, как надежные друзья (13 %) — ее выбрал каждый шестой опрошенный. Остальные предложенные варианты выбрали менее 10 % ответивших. Целый блок вопросов определял такой аспект социальной безопасности, как межэтнические отношения. Респондентам предлагалось выразить свое согласие/несогласие с предложенными утверждениями (таблица 5).

Таблица 5. *Выскажите, пожалуйста, свое отношение к приведенным ниже суждениям. Отметьте соответствующий вариант на пересечении колонки и строки. «Я отношусь к людям, которые...»*

Варианты ответов	Согласен	Не согласен	Затрудняюсь ответить
Считают, что межэтнические браки размывают этнос	30	43	20
Современному человеку необходимо ощущать себя частью своего народа	75	8	12
Считают, что любые средства хороши для отстаивания интересов моего народа	43	28	20
Считают, что межэтнические отношения в моем селе доброжелательные	65	15	14
Считают, что люди должны сами решать свои проблемы, не ожидая помощи от власти	38	43	17
Считают, что каждый человек может достичь успеха, надо только трудиться, не покладая рук	67	19	14

По мнению 30 % опрошенных, межэтнические браки размывают этнос. При этом мужчин, считающих таким образом, немного больше, чем женщин (32 % против 29 %). Не видят угрозы со стороны смешанных браков, то есть не согласны с утверждением 43 % опрошенных. Пятая часть массива затруднилась с ответом (20 %). Три четверти (75 %) считают, что современному человеку необходимо ощущать себя частью своего народа, то есть для этой части населения очень важны этнический фактор, этническая идентичность. 8 % выразили свое несогласие с этим. Каждый восьмой опрошенный затруднился ответить однозначно. Менее половины опрошенных (43 %) согласны с тем, что любые средства хороши для отстаивания интересов народа. Более четверти (28 %) так не думают. Пятая часть не смогла выбрать однозначный ответ (20 %). Большая часть опрошенных (65 %) считает, что межэтнические отношения в их селах доброжелательные. 15 % придерживаются противоположного мнения. Каждый седьмой затруднился оценить межэтнические отношения в своем селе.

Более трети опрошенных (38 %) считают, что люди должны самостоятельно решать свои проблемы, не ожидая помощи от власти. 43 % респондентов не разделяют это мнение. Каждый шестой не смог выразить свое отношение к этому утверждению. Большинство респондентов (67 %) согласно с тем, что каждый человек может достичь успеха, надо только трудиться не покладая рук. Пятая часть опрошенных (19 %) не согласна. Каждый седьмой затруднился с ответом на этот вопрос.

Исследователи выражают мнение о том, что «государственная политика массированных рыночных реформ, активно проводящаяся в России с начала 1990-х годов, сказалась на структуре ценностного сознания населения. Под ее влиянием распространились западные либеральные ценности. Официальная политика направлена на внедрение в стране свободного рынка» [13]. Отношение к смешанным бракам является одним из индикаторов изучения межэтнического взаимодействия в обществе. В нашем анкетировании доминирует титульное население, которое обеспокоено состоянием этнической культуры. В регионе многими смешанный брак воспринимается как фактор, способствующий ассимиляции

калмыков. Поэтому 30 % опрошенных видят в межэтнических браках своеобразную угрозу для сохранности этноса.

Большая часть выборочного массива придает важное значение этнической принадлежности. Во время крушения социальных институтов, привычных норм, ценностей жизни именно этническая группа воспринималась как единственный институт, способный защитить человека. Поэтому этничность продолжает сохранять свои позиции в таком полиэтническом регионе, как Республика Калмыкия. Несмотря на востребованность этничности, менее половины опрошенных считают, что любые средства хороши для отстаивания интересов моего народа. Безусловно, этот фактор имеет значение для того, чтобы предупредить какие-либо нежелательные социальные явления. Принято считать, что в селах республики межэтнические отношения доброжелательные. Однако есть факторы, которые могут повлиять негативно на доброжелательность, спокойствие обстановки, среди которых возможность занять нишу на рынке труда, земельные отношения, поиски причин несправедливости и поляризации в обществе. Полученные результаты также свидетельствуют, что региональный социум не находится в состоянии эмоционального напряжения, которое способно привести к протестным действиям и проявлению агрессии.

Более трети респондентов, возможно, перестали надеяться на различные органы власти, полагаются только на собственные силы и ресурсы. Эта категория, не имеющая патерналистских ожиданий, является главным субъектом развития рыночных отношений. С другой стороны, около половины респондентов социально не защищены, уязвимы и нуждаются в защите и помощи со стороны власти различного уровня. Большая часть опрошенных уверена, что достижение успеха зависит от самого человека, от его усилий, труда. Безусловно, люди с ограниченными возможностями нуждаются в уточнении и корректировке направлений совершенствования системы социальной защиты семей и отдельных граждан.

Выводы

Анализ социального самочувствия сельского населения, факторов, влияющих на него, позволил определить удовлетворенность/неудовлетворенность сельского социума жизненно важными потребностями, проследить ее связь с трансформацией экономической ситуации в республике, стране. Так, результаты опроса показали, что 67 % респондентов находятся на уровне бедности и ниже этой черты. Эта же часть респондентов обеспокоена невозможностью обеспечить себя, свою семью в течение текущего года. Треть респондентов, позитивно настроенная, адаптировавшись к рыночным условиям, является основным субъектом развития сельских территорий. Однако большая часть опрошенных социально не защищена, пессимистично настроена на будущее. Необходимы программы, которые позволили бы уязвимым группам пережить сложности кризисного периода, адаптироваться к суровым рыночным условиям, тем самым способствовать улучшению социального самочувствия большинства селян.

Официальная политика внедряла в стране свободный рынок, под ее влиянием распространились западные либеральные ценности. Не все население принимает рыночные модели развития, продолжая возлагать надежды на обеспечение трудовой занятости и создание достойных условий жизни на государство. Следует также отметить, что в таком полиэтническом регионе, каковой является Республика Калмыкия, нерешенность многих социально-экономических проблем приводит к активным миграционным процессам, что, в свою очередь, усиливает обеспокоенность титульного населения ассимиляционными последствиями. Осуществленный анализ социологического исследования социального самочувствия сельского населения Республики Калмыкия, проведенного в 2019 году, позволил выявить основные социальные проблемы региона, а разработанные рекомендации могут стать основой для управленческих решений по улучшению социального самочувствия различных групп сельского населения.

Благодарности

Статья подготовлена по результатам исследования, проведенного в рамках проекта КалмГУ имени Б.Б. Городовикова «Обеспечение социальной безопасности сельского населения полиэтнических регионов России (на примере республик Калмыкия и Дагестан)», поддержанного в 2019 году по итогам внутривузовского конкурса грантов.

Библиографический список

- [1] Модернизация России: социально-гуманитарные измерения / Под ред. Н.Я. Петракова. – Москва; Санкт-Петербург: Нестор-История, 2011. – 448 с.
- [2] Асланова О.А. Социальное самочувствие: измерительный инструментарий, показатели и социальные критерии // Теории и практика общественного развития. – 2012. – № 2. – С. 59–63.
- [3] Конев Ю.М., Белоножко М.Л., Барбаков О.М. Социальное самочувствие сельских жителей как основной фактор развития агропромышленного комплекса // Россия — Тюмень: векторы евразийского развития / Под ред. В.К. Левашова, Н.Г. Хайруллиной. – Тюмень: Изд-во ТюмГНГУ, 2015. – С. 291–305.
- [4] Козырева П.М., Смирнов А.И. Социальная безопасность среднедоходных групп в России // Вестник ИС РАН. – 2016. – № 4(19). – С. 94–120.
- [5] Горшков М.К. О социальном ресурсе адаптации россиян к условиям кризиса (вместо предисловия) // Россия реформирующаяся: Ежегодник. – Москва: Новый хронограф, 2016. – Вып. 14. – С. 5–20.
- [6] Намруева Л.В., Нусхаева Б.Б., Бадмаева Н.В. Развитие сельских территорий Юга России: комплексный анализ социально-экономических процессов. Научный отчет. – Элиста: КалмНЦ РАН, 2018. – 301 с.
- [7] Горшков М.К. Российское общество как оно есть: (опыт социологической диагностики). – Москва: Новый хронограф, 2011. – 672 с.
- [8] Более 24 % жителей Калмыкии живут за чертой бедности недвижимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kalmykia-online.ru/news/14216> (дата обращения: 08.07.2019).
- [9] Баженова Е.Ю., Васьков М.А., Волков Ю.Г. Ростовская область: адаптация к жизни в условиях кризиса // Россия реформирующаяся: Ежегодник. – Москва: Новый хронограф, 2016. – Вып. 14. – С. 228–253.
- [10] Намруева Л.В. О социальной адаптации сельского населения Калмыкии (по итогам опросов 2016 и 2017 гг.) // Вестник Калмыцкого института гуманитарных исследований РАН. – 2018. – № 2. – С. 162–170.
- [11] Великий П.П. Неотходничество, или лишние люди современной деревни // Социологические исследования. – 2010. – № 9. – С. 44–49.
- [12] Намруева Л.В. Современное село Калмыкии: социологический срез. – Элиста: КалмНЦ РАН, 2017. – 180 с.
- [13] Попков Ю.В. Этносоциальные процессы в Сибири: ценностные ориентиры, тенденции, проблемы самоорганизации // Этносоциальные процессы в Сибири: Тематический сборник. – Новосибирск: Сибирское Научное изд-во, 2007. – Вып. 8. – С. 67–71.

References

- [1] Petrakova, N.Ya. (Ed.). (2011). *Modernization of Russia: social and humanitarian dimensions*. Moscow; St. Petersburg: Nestor-Istoriya.
- [2] Aslanova, O.A. (2012). Social well-being: measuring instruments, indicators and social criteria. *Theories and Practice of Social Development*, 2, 59–63.

- [3] Konev, Yu.M., Belonozhko, M.L., & Barbakov, O.M. (2015). Social well-being of rural residents as the main factor in the development of agriculture. In V.K. Levashov, N.G. Khairullina (Eds.). *Russia — Tyumen: vectors of Eurasian development* (pp. 291–305). Tyumen: Publishing House of the Tyumen State Oil and Gas University.
- [4] Kozyreva, P.M., & Smirnov, A.I. (2016). Social security of middle-income groups in Russia. *Bulletin of IS RAS*, 4(19), 94–120.
- [5] Gorshkov, M.K. (2016). On the resource of social adaptation of Russians to the crisis (instead of preface). In M.K. Gorshkov (Ed.). *Reforming Russia: Yearbook. Issue 14* (pp. 5–20). Moscow: New chronograph.
- [6] Namrueva, L.V., Nuskhaeva, B.B., & Badmaeva, N.V. (2018). *Development of rural territories of the South of Russia: an integrated analysis of socio-economic processes. Scientific report*. Elista: Kalmyk Scientific Center, Russian Academy of Sciences.
- [7] Gorshkov, M.K. (2011). *Russian society as it is: (experience of sociological diagnostics)*. Moscow: Novyy khronograf.
- [8] More than 24 % of Kalmykia residents live below the poverty line. Retrieved from <http://kalmykia-online.ru/news/14216>.
- [9] Bazhenova, E.Yu., Vaskov, M.A., & Volkov, Yu.G. (2016). Rostov region: adaptation to life in crisis. In M.K. Gorshkov (Ed.). *Reforming Russia: Yearbook. Issue 14* (pp. 228–253). Moscow: New chronograph.
- [10] Namrueva, L.V. (2018). On social adaptation of rural population of Kalmykia (on the basis of polls of 2016 and 2017). *Bulletin of Kalmyk Institute of Humanitarian Studies RAS*, 2, 162–170.
- [11] Velikiy, P.P. (2010). Non-abandonment, or unnecessary people of modern villages. *Sociological Research*, 9, 44–49.
- [12] Namrueva, L.V. (2017). *Modern village of Kalmykia: a sociological section*. Elista: Kalmyk Scientific Center, Russian Academy of Sciences.
- [13] Popkov, Yu.V. (2007). Ethno-Social processes in Siberia: value orientations, trends, problems of self-organization. In *Ethno-Social processes in Siberia: Thematic collection. Issue 8* (pp. 67–71). Novosibirsk: Siberian Scientific publishing house.

Получена / Submitted: 03/10/2019

Доработана / Revised: 12/11/2019

Принята к публикации / Accepted: 27/11/2019

УДК 316.354

ЖИЗНЕННОЕ ПРОСТРАНСТВО МОЛОДЕЖИ: ПРОБЛЕМЫ И ИХ РЕШЕНИЯ

Андрей Викторович Артюхов¹, Лидия Васильевна Ребышева², Юлия Петровна Савицкая²

¹Тюменская областная дума, Тюмень, Российская Федерация

²Кафедра маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация

Аннотация. Изучение «жизненного пространства личности» остается актуальным и, несмотря на существование различных теорий и взглядов, единого концептуального подхода до сих пор не существует. Поэтому для социологии, как науки отражающей тенденции в его организации, в условиях происходящих перемен в обществе, актуальным является вопрос о роли и месте жизненного пространства, в том числе и студенческого. Это, прежде всего, связано с новыми подходами в развитии жизненного пространства личности, в том числе и через образование, так как оно в некотором смысле создает это пространство и влияет на ее социальную активность. Сегодня высшие учебные заведения вышли из рамок профессионального образования, поэтому у них наблюдается повышенный интерес к организации жизненного пространства студента в различных аспектах вузовской среды как к способу организации и оптимизации образовательного процесса.

Ключевые слова: молодежь, жизненное пространство, студенческая молодежь, гражданская активность, ценности.

Youth Life Space: Problems and Their Solutions

Andrey V Artyuhov¹, Lidia V. Rebisheva², Julia P. Saviczskaya²

¹Tyumen Region Duma, Tyumen, Russian Federation

²Department of Marketing and Public Administration, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation

Abstract. The study of the "living space of the individual" is in the beginning stage of the development of society, because, despite a large number of different theories and views, a single conceptual approach still does not exist. Therefore, for sociology, as a science reflecting the trends in its organization, in the context of ongoing changes in society, the issue of the role and place of living space, including student space, is relevant. This is primarily due to new approaches in the development of the individual's living space, including through education, as it in a sense creates this space and affects its social activity. Thus, in the organization of the student's living space in the educational process, in the university environment there is an increased interest as a way of organizing and optimizing the educational process.

Keywords: youth, living space, student youth, civic engagement, values.

Введение

В современном образовании все больше укрепляется идея о том, «что стратегическая цель образовательного учреждения — подготовка интеллигентного, образованного, всесторонне развитого человека, обладающего творческим гуманистическим мышлением, чувством собственного достоинства и ответственности, умеющего совершенствовать себя, “строить” гармоничные отношения с миром, природой, другими людьми» [1]. Поэтому человек должен повышать свою профессиональную компетентность, собственный интеллект, развивать творческую самостоятельность, свои профессиональные и личностные качества. Минимизировать издержки адаптации к быстрым изменениям в жизни возможно, если личность будет подготовлена к производственной и социальной жизни, чем вызвана актуальность исследований в данной области социологии. Таким образом, современная система образования должна снабжать молодое поколение богатым социальным опытом,

который поможет быть самодостаточным в конкретных общественных условиях на протяжении всей жизни [2]. Поэтому образование должно не только готовить личность к самостоятельной жизни в современных условиях, но и стать способом достижения успеха.

Материалы и методы

Реформы современного этапа развития высшего образования подразумевают использование инновационных стратегий социализации молодежи и вынуждают ее к постоянному преобразованию сложившихся жизненных взглядов и отношений. Несмотря на то что среди российских и зарубежных ученых существует значительное количество различных взглядов и теорий, относящихся к изучению жизненного пространства, до сих пор не существует единого концептуального подхода к определению этого понятия. Современная наука изучает и использует новые научные подходы в организации жизненного пространства студентов. Развитие личности происходит во взаимодействии с внешней средой и под влиянием окружающего общества, когда происходит усвоение культурных ценностей и норм. Жизненная стратегия любой личности выстраивается на достижении цели и поиске средств, с помощью которых будет достигнут результат. На протяжении всего жизненного процесса любой человек под воздействием различных жизненных событий попадает под влияние социальных отношений, традиций и нравственных законов.

Первым проблематикой социального пространства начал заниматься О. Конт, который ввел понятие «социального расстояния», установив различия между общественным и физическим пространством, а также дал трактовку трехмерному пространству. Г. Зиммель в своем научном труде «Как возможно общество» посвящая свое внимание «социальному пространству» обращается к И. Канту, а именно к его вопросу «Что возможна природа?», подразумевая под этим «общество» [3]. Р. Парк и Э. Бёрджесс показали «...социальную неоднородность физического и заложили основы «пространственно-ориентированного» пространства на примере урбанистического пространства» [4]. П. Сорокин сравнивает «социальное пространство со сложной сетью, образованной связями взаимодействия...» и рассматривает его с трех позиций — экономической, политической и профессиональной. Важное утверждение П. Сорокина, что «...любая организованная социальная группа всегда стратифицирована», а социальная стратификация и социальная мобильность в обществе «...предопределены тем, что люди не равны по своим физическим силам, умственным способностям, наклонностям, потребностям и, кроме того, — самим фактом совместной деятельности, которая невозможна без наличия определенной организации» [5]. Таким образом, П. Сорокиным были определены не только причины, но и последствия стратификации и социальной мобильности, её воздействия на организацию общества.

Следующая концепция, в которой изучается пространство и которую считают «синтетической», принадлежит Э. Гидденсу. Она появляется во второй половине XX века. Автор пытается обосновать с точки зрения методологии свое понимание о том, что «...социальная жизнь происходит в «постепенном утекании времени и незаметном исчезновении пространства» [6]. Социальную жизнь, считает Э. Гидденс, нельзя изучать «...в отрыве от ее пространственно-временных характеристик, поэтому он рассматривает различные типы организаций: школу, фабрику, тюрьму, монастыри и другие, показывая, как цели организации меняют конфигурацию пространства, в которой находится эта организация» [7]. Новый подход «социального пространства» с точки зрения соотношения трех пространств (социального, физического и географического) был представлен П. Бурдье. По его концепции эти понятия хотя и переплетены и тесно связаны, но имеют различия. Понятие «социальное пространство» для психологии ввел немецкий психолог К. Левин, который выделил «пространство свободного движения, к которому отнес те сферы жизни, в которых человек хорошо ориентировался (примером такой сферы является, например, профессиональная деятельность)» [8].

Таким образом, существуют разные понимания и подходы к изучению «социального пространства», которое с точки зрения социологии очень близко к термину «жизненное пространство», но последний имеет более глубокий объяснительный смысл и способствует изучению сущностных характеристик жизненного пространства человека. Широкие возможности образования открывают все большему числу людей доступ к интеллектуальным, культурным ценностям, расширяют кругозор, увеличивают интеллектуальный потенциал все большей массы людей и позволяют им найти свое место в жизни, продвинуться по социальной лестнице. Студенты, являясь наиболее активной частью молодежи, формируют портрет молодого поколения страны «...как наиболее «продвинутой» группы молодежи, которая в будущем пополнит ряды квалифицированных специалистов, от поведения которых сегодня зависит будущее экономическое развитие страны, социальной и политической сферы жизнедеятельности общества» [9].

В первую очередь на социальное становление молодого поколения прямое воздействие оказывает уровень жизни большинства населения страны. Одной из самых важных сфер социальной жизни человека является образование, которое занимается формированием интеллектуального, духовного и культурного богатства общества. Жизненное пространство личности связано с образованием, обучением в вузе, так как приобретая общие и специальные знания, обучающиеся формируют свои первые профессиональные умения, соответствующие их системе ценностей, ориентированной на успех в жизни, профессиональные достижения и карьерный рост. Образование, подготовка научных кадров, развитие творческих способностей студенческой молодежи — это основные направления формирования человеческого капитала, который требует повышения интеллектуально-информационного уровня индивидуума, который будет способствовать научной конкурентоспособности и росту прибыли в перспективе [10].

Результаты и обсуждение

Р. Сергеев отмечает особую роль студенчества «...в системе общественного разделения труда, которая заключается в подготовке к выполнению функций интеллигенции. Не участвуя постоянно в производстве материальных и духовных ценностей, студенчество, тем не менее, частично участвует в опосредованном производительном и непроизводительном труде в форме учебы, роль которой в обществе возрастает» [11]. Поэтому особое влияние на многогранное развитие личности будет оказывать организованная среда, пространство, которые ее окружают. Исследование этой сферы позволит выявить методы и ресурсы, которые дадут возможность максимально эффективно организовать жизненное пространство студента и стать успешной личностью. Поэтому объектом проводимого исследования является жизненное пространство студенческой молодежи, а целью — изучение состояния организации жизненного пространства в образовательном процессе и условий развития успешной личности. Основная задача заключалась в определении показателей, которые, по мнению обучающихся, влияют на качество предоставляемых университетом образовательных услуг, и многочисленных факторов, которые позволят ранжировать их влияние на качество процесса обучения.

В исследовании приняли участие 345 человек, студенты Тюменского индустриального университета, из них 105 — студенты первого курса, 120 — второго курса и 120 — третьего. Перед более глубоким исследованием необходимо определить, что студенты включают в понятие «жизненное пространство», как они его представляют (рисунок 1).

Результаты показали, что для студентов первого курса учебная деятельность является приоритетной и основной на данном этапе жизненного пути (65 % опрошенных); учебная деятельность перекликается с профессионально-трудовой сферой для 15 % респондентов, именно они ассоциируют учебу с содержанием будущей профессии. Гражданская сфера, формирующая гражданскую активность, на всех трех курсах представлена небольшим

количеством респондентов (5, 4 и 5 %), что характеризует направленность студентов, в первую очередь, на личные проблемы и отсутствие интереса к общественным проблемам. Мотивационную сферу, как и сферу досуга, связывают с жизненной стратегией личности и системой ценностей около 6 % опрошенных. Проблемную сферу — преодоление жизненных затруднений и проблем, возникающих, в том числе, в процессе учебы, отметили только 4 % опрошенных первого курса, так как у них жизненное пространство в основном занимает учеба, 5 % респондентов второго курса и 6 % опрошенных третьего курса, у которых уже возникали трудные жизненные ситуации. Позиции респондентов дают четкое представление, что с повышением курса обучения, учеба немного теряет позиции (до 55 %) и до 23 % повышается интерес к профессионально-трудовой сфере, мотивационная сфера увеличивается до 7 %, хотя гражданская позиция респондентов остается на том же уровне.

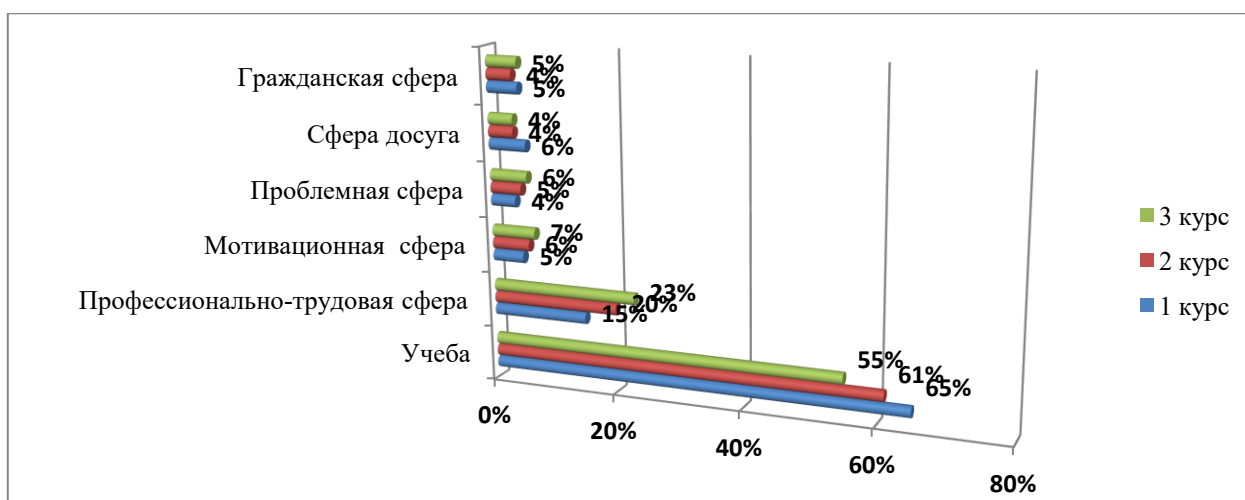


Рисунок 1. Сферы, входящие в состав жизненного пространства студентов

Для характеристики стиля жизни через уточнение жизненной позиции респондентам предлагалось оценить его по трем позициям (рисунок 2).

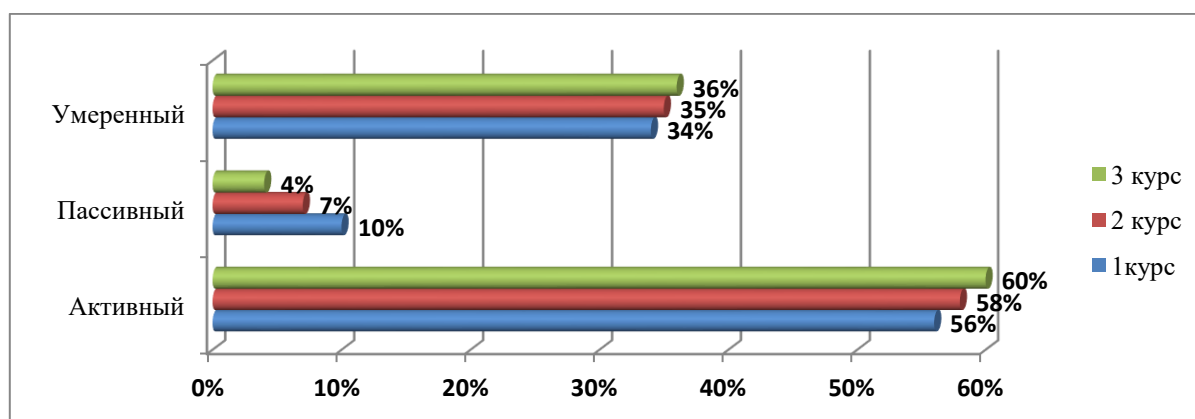


Рисунок 2. Определение стиля жизни через уточнение жизненной позиции

Большая часть опрошенных всех курсов (56, 58, 60 %) считает свой образ жизни активным, с четкой гражданской позицией; к людям с умеренным образом жизни себя относят чуть менее половины студентов, что составило 34, 35 и 36 %. Пассивным свой образ жизни признают лишь 10 % опрошенных первого курса, 7 % респондентов второго курса и 4 % — третьего курса. Необходимо сказать о том, что ориентиром современного образования является формирование конкурентоспособной личности, стремящейся строить карьеру и повышать свой профессионализм в течение всей жизни. Поэтому следующим этапом

изучения жизненного пространства студентов является их отношение к обучению, а именно, что конкретно они считают наиболее ценным в учебном процессе (рисунок 3).

Респонденты подтверждают мнение Е. Садона, который понимает карьерную компетентность «...как систему представлений о карьере, возможностях и путях карьерного роста, включающую умение прогнозировать будущую карьеру и преодолевать карьерные кризисы», при этом «профессиональная успешность будущего специалиста зависит не только от его способностей, личностных качеств, мотиваций и ценностей как таковых, но и от их соответствия выбранной специальности, от сформированной уже в вузе способности выстраивать стратегии и тактики гибкой ориентации в профессиональной среде» [12]. Так, получение качественного образования интересует в основном учащихся первого курса и составляет 51 % респондентов, а к третьему — интересы меняются. Это связано с тем, что современная молодежь сегодня четко ориентируется на карьеру и продвижение по карьерной лестнице, поэтому на первый план перемещается такая ценность, как развитие профессиональных компетенций, и к третьему курсу ей отдают предпочтение 56 % респондентов.

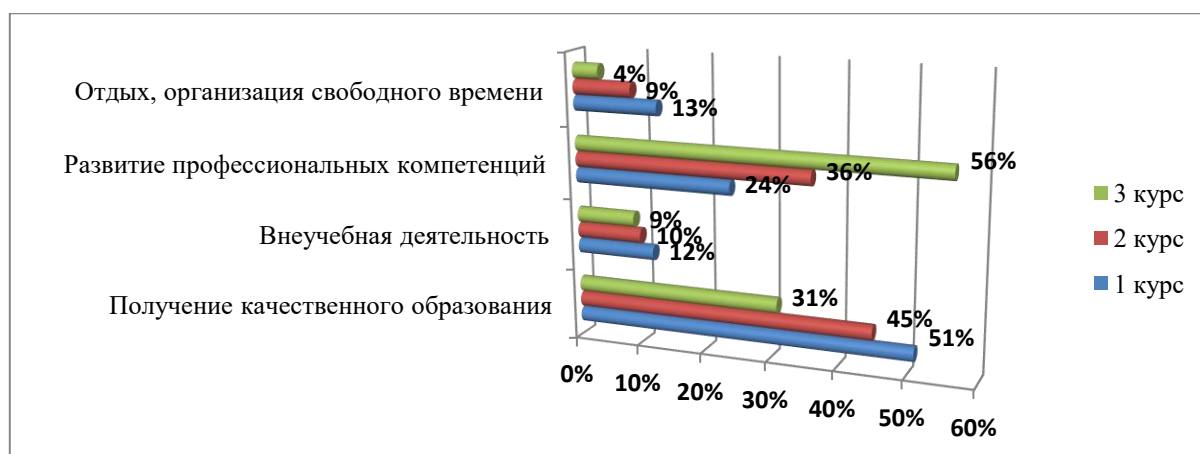


Рисунок 3. Распределение ценностей учебного процесса

Далее респондентам было необходимо определить проявление своей гражданской активности и участие в различных общественных мероприятиях, проводимых в рамках вуза (рисунок 4).

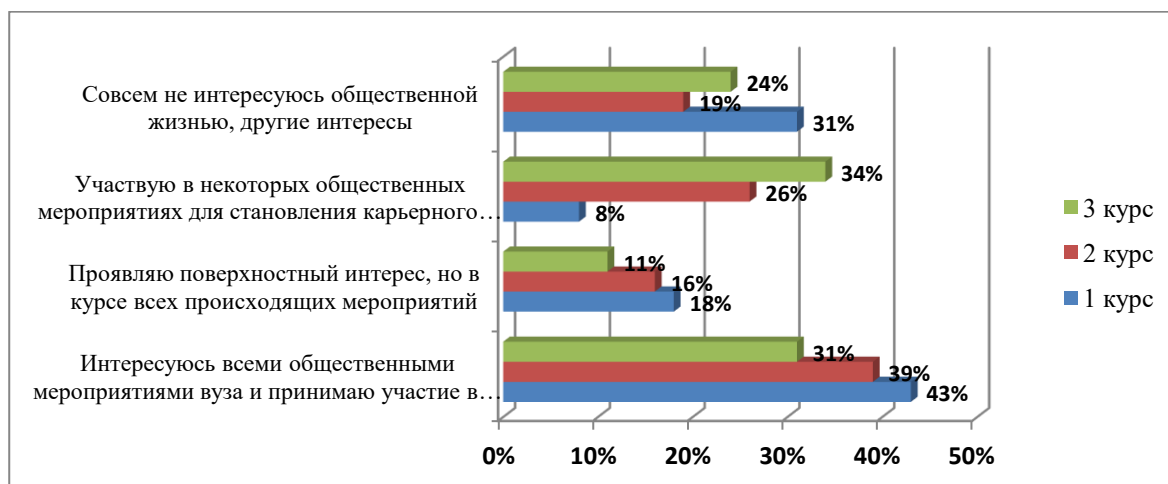


Рисунок 4. Оценка респондентами участия в общественной жизни университета

Чуть менее половины опрошенных студентов первого курса достаточно активны — 43 % опрошенных принимают участие в общественной жизни вуза, посещая различные мероприятия и участвуя в них. При этом уже 8 % опрошенных четко для себя выделяют те или иные мероприятия и понимают, что они могут повлиять на их дальнейшую карьеру и быть полезными в профессиональной деятельности. Поверхностный интерес ко всему происходящему в среднем высказывают 17 % опрошенных за весь период обучения, хотя они в курсе всех происходящих мероприятий, но почти не принимают участия в общественной жизни университета. Также необходимо отметить, что студенты третьего курса поменяли свои приоритеты и участвуют во всех мероприятиях, которые могут быть полезными для их дальнейшей профессиональной деятельности (34 %), хотя на первом курсе эта позиция составила только 8 % опрошенных.

Таким образом, достаточно большая часть молодых людей использует общественные, политические мероприятия и организации для решения собственных материальных проблем, вступая в них для того, чтобы получить высокооплачиваемую работу и достигать карьерного роста. При этом в среднем 23 % респондентов трех курсов, вообще не интересуются общественной жизнью. Повышенный интерес исследователей к досуговой сфере студенчества определяется изменениями в содержании и структуре досуга под воздействием социокультурных трансформаций, происходящих в жизни. Как отмечает Ю. Верминенко, «...сфера досуга характеризуется несколькими признаками — содержанием, направленностью, масштабом и так далее... и включает сегодня многообразие занятий в диапазоне от научно-исследовательских изысканий и до азартных игр» [13]. Студенческая молодежь имеет большие возможности для выбора разнообразных форм досуга и участия в них (рисунок 5).

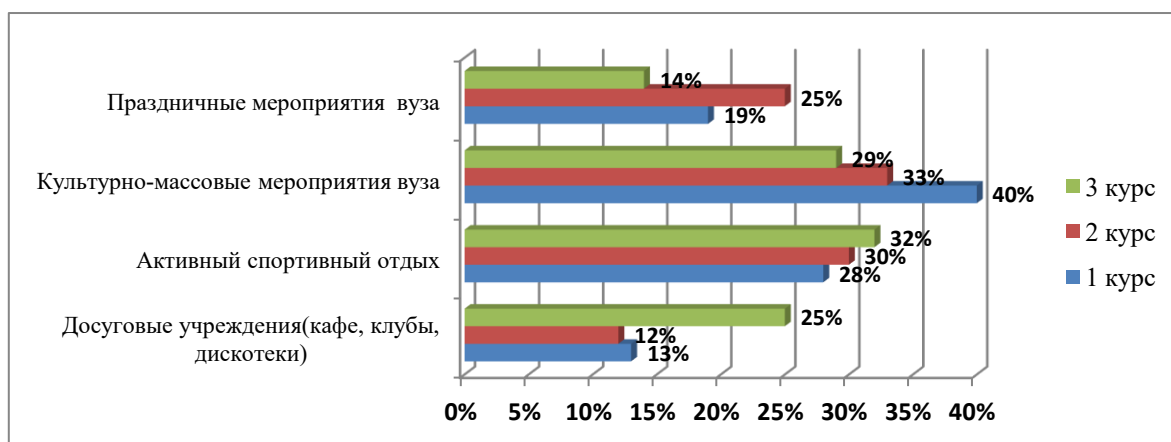


Рисунок 5. Оценка возможности выбора форм досуга студентов и участия в них

Молодые люди достаточно серьезно относятся к данной жизненной сфере, и она достаточно разнообразна. Однако ответы респондентов разнятся в зависимости от курса обучения. Так, студенты первого курса в своем большинстве (40 %) отметили культурно-массовые мероприятия, проводимые в вузе. Это связано с тем, что они испытывают чувство сопричастности к университету и дисциплинированы. К третьему курсу их количество снижается до 29 % опрошенных, что связано с изменениями приоритетов в жизненной стратегии, материальным положением (большая часть начинает самостоятельно зарабатывать). Существенной частью жизненного пространства личности является спорт, поэтому активный спортивный отдых отмечают все опрошенные, несмотря на курс обучения, так как здоровый образ жизни становится неотъемлемой частью повседневной жизни молодежи.

Досуговая сфера в жизнедеятельности студентов является одной из приоритетных и оказывает существенное воздействие на процесс социализации студентов. Однако в рамках университета сегодня молодежь достаточно активно и с полным пониманием своей мотивации занимается научно-исследовательской деятельностью, и эта сфера жизни студентов занимает серьезные позиции, о чем говорят результаты ответов респондентов (рисунок 6). Научно-исследовательская деятельность для студентов всех курсов является неотъемлемой частью учебного процесса, но занимаются ей все по различным причинам. Если рассматривать респондентов первого курса, то 42 % опрошенных участвуют в этом для повышения балла успеваемости, еще до конца не понимая основной причины.

На втором курсе респонденты уже уверенно определяют мотивы: для 27 % опрошенных — это творчество и увлечение, для 19 % респондентов — карьера, для 21 % респондентов — один из этапов их будущей научной деятельности. Студенты третьего курса уже четко понимают, что это им необходимо не для высокого балла успеваемости (20 %), а в среднем 25 % опрошенных для себя определили все три причины, почему они занимаются наукой. При этом на всех трех курсах в среднем 4 % опрошенных вообще научной деятельностью заниматься не планируют, так как у них другие интересы в жизни.

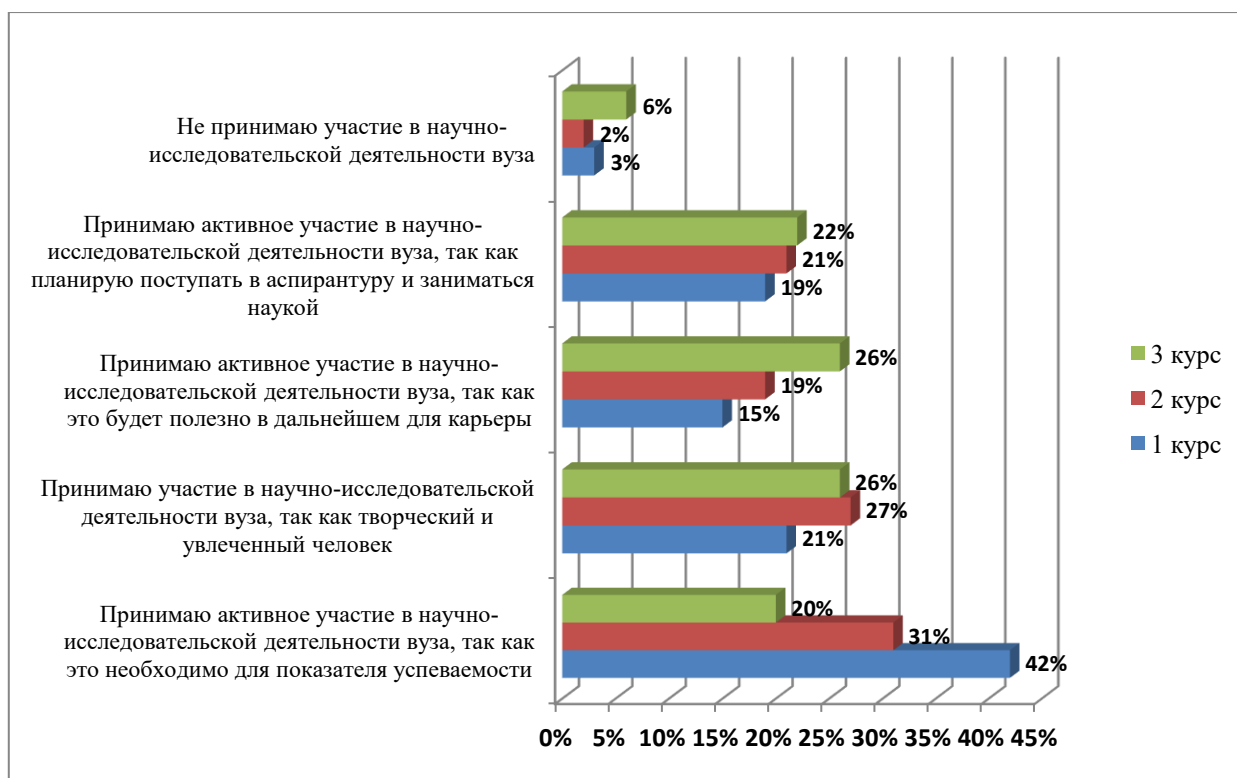


Рисунок 6. Мнение респондентов об участии в научно-исследовательской деятельности университета

Таким образом, научно-исследовательская деятельность для студентов любого вуза является одной из важнейших форм учебного процесса для подготовки квалифицированных специалистов, которые способны самостоятельно решать не только профессиональные, но и научные задачи. Участие в различных видах научно-исследовательской деятельности университета позволяет формировать творческие знания и умения, приобретать исследовательский опыт, необходимый для будущих высококвалифицированных специалистов, а также выявлять талантливую молодежь, которая найдет себя в современной науке. Отвечая на вопрос о сферах жизненного пространства, наиболее доступных в университете для личностного и карьерного роста, респонденты должны были определить свои приоритеты в развитии своей жизненной стратегии.

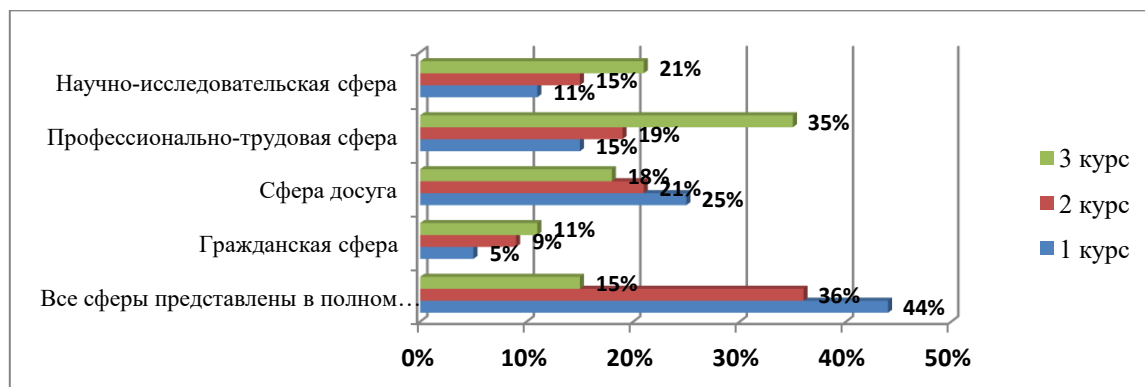


Рисунок 7. Оценка доступности и организации сфер в университете

Для 44 % студентов первого курса все сферы представлены в полном объеме, но основная их задача — это учебный процесс. Для респондентов второго курса (мнение 19 % опрошенных) профессионально-трудовая сфера и научно-исследовательская (15 %) начинают набирать позиции, так как приходит взросление и понимание жизненных ценностей. К третьему курсу опрошенные студенты уже четко расставляют приоритеты, так как профессионально-трудовая сфера позволяет предпринимать первые профессиональные шаги (35 %) и думать о карьерном росте. Студенты первого курса (11 %) также выбирают ее и на третьем курсе (21 %), но уже с пониманием того, что будут серьезно заниматься наукой в рамках университета или на производстве. Сфера досуга к третьему курсу также теряет свои позиции до 18 % респондентов, и объясняется это тем, что большинство опрошенных, несмотря на то, что всегда в курсе предстоящих мероприятий, не интересуются культурной жизнью вуза, что указывает на невысокую активность студенческой молодежи в сфере организации собственного досуга в стенах вуза (рисунок 7).

Гражданская сфера, как отмечалось ранее, не интересует респондентов. Небольшой интерес, что составляет 11 % опрошенных, присутствует у тех молодых людей, которые заняты в общественных организациях и планируют в дальнейшем связать с этим свою жизнь, несмотря на полученное образование. В конце анкетирования обучающимся предлагалось оценить свою личную успешность, свои перспективы на будущее (рисунок 8).

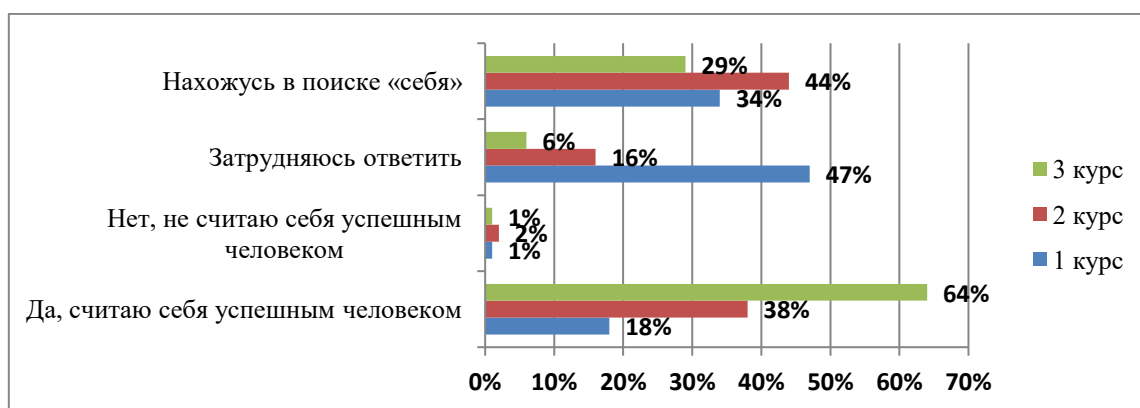


Рисунок 8. Оценка респондентами личной успешности

Только 18 % респондентов первого курса ответили положительно, 34 % опрошенных пока не очень представляют свои жизненные перспективы, а 47 % вообще затрудняются ответить на этот вопрос. Ко второму курсу ситуация заметно меняется, обучающиеся уже взрослеют, и 38 % уже считают себя успешными и в настоящем, и в будущем времени. Однако 44 % респондентов еще находятся в состоянии «поиска себя» и 16 % затрудняются ответить. Только к третьему курсу мнения кардинально меняются, когда в стенах университета

обучающиеся попробовали себя в различных сферах деятельности, в том числе профессиональной, научной, общественной, культурно-массовой и других. Уже 64 % считают себя успешными, с большими перспективами на будущее, при этом обязательно отмечая правильный выбор будущей профессии и широкий круг возможностей других видов деятельности в вузе. Однако 29 % респондентов еще не определились окончательно в своем будущем, большая часть нацелена на карьерный рост в будущей профессии, но в то же время хотела бы продолжать научно-исследовательскую деятельность. Окончательный выбор будет сделан на четвертом курсе, когда представятся возможности дальнейшего обучения в аспирантуре или магистратуре. При этом 6 % опрошенных опять затрудняются ответить. Отмечая тех, кто вообще не считает себя успешным, а таких в среднем 1 % респондентов, можно сказать, что у этих людей различные причины и жизненные ситуации, которые повлияли на их поступление в университет.

Выводы

Таким образом, результаты проведенного исследования позволили выявить причины успешного обучения студентов, условия всестороннего развития личности в образовательном процессе, а также реализовать цель исследования — изучение состояния организации жизненного пространства в образовательном процессе и многочисленных факторов, которые позволят ранжировать их влияние на качество процесса обучения.

Изучая и анализируя различные категории жизненного пространства обучающегося и их влияние на образовательный процесс, можно сделать вывод о том, что его необходимо воспринимать как «самостоятельный феномен», который отличается своими параметрами от других пространственных видов и явлений. Проведенный анализ теоретических источников содержательно раскрыл понятие «жизненное пространство», которое состоит из элементов, составляющих основу жизненного пространства человека. Практические исследования «жизненного пространства человека» применительно к условиям образовательного процесса сегодня очень актуальны и позволяют установить не только зависимость между состоянием организации жизненного пространства студента в образовательном процессе, но и его эффективность, а также выявить оптимальные условия организации жизненного пространства в образовательном процессе.

Библиографический список

- [1] Гаязов А.С., Хамитов Э.Ш., Каримов Э.Ш. Европейское измерение в высшем педагогическом образовании. – Уфа: ДПС, 2005. – 248 с.
- [2] Батыгин Г.С., Подвойский Д.Г. История социологии. – Москва: Высшее образование и наука, 2007. – 448 с.
- [3] Зиммель Г. Общение. Пример чистой, или формальной социологии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://alina-lina18.livejournal.com> (дата обращения: 25.04.2019).
- [4] Ваганов А.М., Корниенко В.И. Правовые аспекты государственного и социального управления // Вопросы управления. – 2015. – № 5. – С. 210–215.
- [5] Сорокин П. Социальное пространство по П. Сорокину [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://lektsiopedia.org> (дата обращения: 25.04.2019).
- [6] Бекарев А.М. Социальное пространство и время: анализ деконструкции // Вестник Нижегородского университета, 2007. – № 6. – С. 282–287.
- [7] Волгин Н.А. Социальная политика. Изд. 4-е, перераб. и доп. – Москва: «Экзамен», 2008. – 943 с.
- [8] Левин К. Курт Левин: исследования жизненного пространства [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net> (дата обращения: 25.04.2019).

- [9] Колтунов А.Л., Ребышева Л.В., Савицкая Ю.П. Проблемы политической активности молодежи: социологический аспект // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2018. – № 4. – С. 46.
- [10] Царева И.А., Пядина Т.И. Научно-исследовательская деятельность, как профессиональное совершенствование студента // Молодежный научный вестник. – 2017. – № 2. – С. 242–244.
- [11] Сергеев Р.В. Молодежь и студенчество как социальные группы и объект социологического анализа // Журнал «Вестник Адыгейского государственного университета». – 2010. – № 1. – С. 127–133.
- [12] Садон Е.В. Профессиональные компетенции как фактор становления профессиональной карьеры будущего специалиста: дис. канд. психол. наук. – Владивосток, 2009. – 219 с.
- [13] Верминенко Ю.В. Проблема влияния гендерных стереотипов на досуг учащихся: социологический анализ // Социология образования. – 2010. – № 8. – С. 71–75.

References

- [1] Gayazov, A.S., Khamitov, E.Sh., & Karimov, E.Sh. (2005). *The European dimension in higher education*. Ufa: DPS.
- [2] Batygin, G.S., & Podvoyskiy, D.G. (2007). *History of sociology*. Moscow: Vyssheye obrazovaniye i nauka, 2007.
- [3] Zimmel, G. Communication. An example of pure ok formal sociology. Retrieved from <https://alina-lina18.livejournal.com>.
- [4] Vaganov, A.M., & Kornienko, V.I. (2015). Legal aspects of state and social management. *Questions of Management*, 5, 210–215.
- [5] Sorokin, P. *Social space according to P. Sorokin*. Retrieved from <https://lektiopedia.org>.
- [6] Bekarev, A.M. (2007). Social space and time: deconstruction analysis. *Bulletin of the Nizhny Novgorod University*, 6, 282–287.
- [7] Volgin, N.A. (2008). *Social politics*. 4th edition, revised and supplemented. Moscow: “Exam”.
- [8] Levin, K. *Kurt Levin: living space research*. Retrieved from <https://studfiles.net>.
- [9] Koltunov, A.L., Rebisheva, L.V., & Savitskaya, Y.P. (2018). Problems of political activity of youth: sociological aspect. *News of Higher Education Institutions. Sociology. Economics. Politics*, 4, 46
- [10] Tsareva, I.A., & Pyadina, T.I. (2017). Research activities as a professional development of a student. *Youth Science Bulletin*, 2, 242–244.
- [11] Sergeev, R.V. (2010). Youth and students as social groups and the object of sociological analysis. *Journal “Bulletin of the Adygea State University”*, 1, 127–133.
- [12] Sadon, Y.V. (2009). *Professional competencies as a factor in the formation of the professional career of a future specialist* (PhD thesis, Vladivostok, Russian Federation).
- [13] Verminenko, Y.V. (2010). The problem of the influence of gender stereotypes of student leisure: a sociological analysis. *Sociology of Education*, 8, 71–74.

Получена / Submitted: 23/09/2019

Доработана / Revised: 11/11/2019

Принята к публикации / Accepted: 26/11/2019

УДК 316.7+17

ТРАНСФОРМИРОВАНИЕ ОТЕЧЕСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА И КРИЗИС ЭТИКИ ПРОФЕССОРА

Владимир Иосифович Бакштановский¹, Марина Владимировна Богданова¹

¹*Научно-исследовательский институт прикладной этики, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация*

Аннотация. В статье предпринято исследование репрезентативности ценностей этики профессорского дела относительно направленности трансформаций современного отечественного университета. Проведен анализ ситуации в этике профессора — возможностей практического воплощения регулятивного потенциала ценностей «служение знанию», «академическая свобода», «свобода морального выбора» и «ориентация на профессиональный успех» — в условиях трансформирования университета. Этот анализ позволяет характеризовать такую ситуацию как кризисную. Исследование роли классической миссии профессорства в университете, рефлексии ситуации профессорства; ценностного контекста процессов трансформирования дает основания для вывода о заметной тенденции, которая отводит ценностям этики профессора рудиментарную роль. Изменения предметного поля в исследованиях этики профессора (от анализа этических норм профессорского дела до рефлексии факторов, разрушающих в целом институт профессорства) указывает на неустойчивую взаимосвязь ценностей профессорства и ценностей трансформирования отечественных университетов. Институциональный контекст, необходимый для сохранения и развития университетского этоса, поддерживается, прежде всего, классической миссией профессорства. Это создает основания для академических «вложений» в инкорпорированный социальный капитал университета. В практике трансформируемых университетов профессорам предъявляются требования, предусматривающие наличие академических достижений, но условия для поддержания и развития таких достижений отсутствуют. Тем самым университет как специфический социальный институт, выполняющий в обществе функции, превышающие потребности экономики, рискует утратить свое значение за пределами экономики знаний. Соотнесение исследовательской «повестки дня» ситуации профессорства и социального контекста изменений показал, что в условиях «разрыва преемственности» ценностей этики профессора становится востребованным консультативный потенциал этико-прикладного знания. Прежде всего, в связи с актуальностью публичных дискуссий в университетах о базовых этических принципах профессорского дела, их поддержания и конкретизации в условиях трансформирования университета. В связи с этим речь может идти и о собирании базовых этических принципов этики профессора в декларацию. При этом процесс работы над декларацией в каждом отдельном университете может быть способом культивирования университетского этоса в условиях трансформирования.

Ключевые слова: трансформируемый университет, миссия профессора, социальные ценности, принципы профессорского дела, университетский этос.

Transformation of a Domestic University and the Ethics Crisis of a Professor

Vladimir I. Bakshtanovsky¹, Marina V. Bogdanova¹

¹*Applied Ethics Research Institute, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation*

Abstract. A study has been undertaken on the representativeness of the ethics of professorship regarding the orientation of the transformations of a modern Russian university. The situation in the professor's ethics is analyzed — the possibilities of practical implementation of the regulatory potential of the values "serving knowledge", "academic freedom", "freedom of moral choice" and "orientation to professional success" — in the conditions of transformation of the university. This analysis allows to characterize this situation as a crisis. Investigation of the role of the classical mission of professorship at the university, the current agenda for the reflection of the situation of professorship. The value context of the transformation processes provides a basis for concluding a noticeable trend that assigns a rudimentary role to the ethics of the professor. Changes in the subject field in the research of the ethics of the professor (from the analysis of the

ethical standards of the professorship to the reflection of factors that destroy the whole institute of professorship) indicate an unstable relationship between the values of professorship and the values of the transformation of domestic universities. The institutional context necessary for the preservation and development of the university ethos is supported, first of all, by the classic mission of the professorship. In the practice of transforming universities, professors are required to have academic achievements, but there are no conditions for maintaining and developing such achievements. Thus, the university as a specific social institution performing in society functions that exceed the needs of the economy risks losing its value outside the knowledge economy. Correlation of the research "agenda" of the professorship situation and the social context of changes has shown that in the conditions of a "gap in continuity" of the ethics values of a professor, the advisory potential of ethical and applied knowledge becomes in demand. First of all, in connection with the relevance of public discussions at universities about the basic ethical principles of professorship their maintenance and concretization in the context of the transformation of the university are in demand. In this regard, it can also be told about collecting the basic ethical principles of the professor's ethics into a declaration. At the same time, the process of working on a declaration in each individual university can be a way of cultivating a university ethos in the conditions of transformation.

Keywords: transformed university, mission of the professor, social values, principles of professorship, university ethos.

Введение

Тезис о том, что изменения — единственный путь развития университетов, является актуальным в наше время. Инициатива превосходства [1], глобальные рейтинги университетов [2], интернационализация образования [3] — это лишь некоторые разрабатываемые концепции обоснования изменений в сфере международного высшего образования, предпринимаемых, в том числе, с целью повышения его качества. Распространяются такие концепции и на отечественные университеты, переживающие глубинные трансформации уже не одно десятилетие.

Практика изменений российского высшего образования только в прошедшее десятилетие, в том числе в соответствии с задачами сокращения вузов на 40 %, филиалов вузов — на 80 % [4], содержит ряд противоречивых характеристик-результатов трансформирования. Среди них: исчезновение почти половины отечественных университетов; увеличение в два-три раза переструктурированных университетских корпораций; перераспределение ресурсов внутри университетов с выделением приоритетной поддержки новых создаваемых институций — гринфилдов — предназначенных по замыслу создателей стать драйверами изменений в университетах [5]. Вероятно, преждевременно говорить о формировании нового институционального ландшафта отечественного университетского образования. В целом университеты (речь не идет об элитных университетах с долгой историей) продолжают пытаться выживать. При этом выживание связано в первую очередь не с материальными ресурсами, а с возможностями пролонгированной в будущее успешной интеллектуальной деятельности в университетах, обеспечивающей качественное образование, перспективные исследования, актуальную экспертизу обществу (потенциал бизнес-деятельности, рассматриваемый сегодня в качестве одного из важных показателей эффективности современного отечественного университета, здесь не рассматривается). Привлечение иностранных профессоров, профессоров с мировым именем вряд ли можно трактовать как качественный показатель вхождения университетов в мировое университетское пространство. Если условия для сохранения и поддержания университетского этоса, восходящего к гумбольдтовской модели университета, не поддерживаются, то академических приращений в свой инкорпорированный социальный капитал университет, скорее всего, не получит. Как известно, принципы научного этоса были сформулированы Р. Мертоном более полувека назад в связи с усилившимися в тот период коммерческими подходами к научной деятельности. Ориентация научно-образовательной деятельности на такие принципы позволяет характеризовать университет как глобальную по своей сути институцию.

Непланируемые эффекты трансформаций в отечественных университетах порождают риски, затрудняющие обеспечение ими качественного образования, проведение передовых исследований, предоставление квалифицированной актуальной экспертизы обществу. Как показывает практика, наиболее острые вызовы они адресуют этике профессорского дела. В статье предпринимается анализ ситуации профессорства в трансформируемом университете, нацеленный на выявление проблемных факторов ориентации профессоров в своей практической деятельности на атрибутивные профессорскому делу этические ценности. В связи с этим особое внимание в статье уделяется определению роли классической миссии профессорства в трансформируемом университете, описанию направленности изменений в исследовательской «повестке дня» этики профессора в прошедшее десятилетие трансформаций, выявлению потенциала этико-прикладного знания для поддержания ориентирующих и регулятивных функций этических ценностей.

Методы и материалы

Выбор методологической оптики при исследовании социальных изменений институций, общностей, социальных норм в целом требует особого внимания к качественным характеристикам выдвигаемых гипотез и инструментария. В ситуации, когда речь идет об объекте и предмете, свойство которых — «*mobilis in mobile*» (именно так можно сегодня охарактеризовать состояние этики профессора в отечественном университете), задача выбора адекватных методов исследования является особенно сложной. В качестве наиболее приемлемых для такого рода исследований можно назвать включенное наблюдение, анализ дискурса, экспертный опрос, в целом методологию гуманитарной экспертизы. В рамках заявленной темы исследование репрезентативности [6] ценностей этики профессора (возможности ориентации на них в практической деятельности) относительно направленности трансформаций в университете фокусирует внимание на ценностном контексте стратегий трансформирования и этических нормах профессорского дела в качестве регуляторов научно-образовательной деятельности.

Эмпирическим объектом в исследовании роли классической миссии профессорства в трансформируемом университете выступили тексты проблематизаций, посвященных этике профессора в исследовательских проектах НИИ прикладной этики второго десятилетия XXI века. Актуальные вопросы исследовательской «повестки дня» ситуации профессорства в трансформируемых университетах реконструировались в анализе коллективной рефлексии, организованной редакцией издаваемого Тюменским индустриальным университетом журнала «Ведомости прикладной этики». Значимые для исследования характеристики контекста трансформаций отечественных университетов выявлялись в процессе включенного наблюдения, в том числе на площадках XXVIII семинара-конференции Проекта 5–100; Тюменского нефтегазового форума 2017–2019 гг., при анализе дискурса проведенных в Тюменском индустриальном университете в 2011–2019 гг. ректорских семинаров.

Результаты и обсуждение

Современные преобразования в отечественных университетах в совокупности с побочными эффектами глобализации приводят, прежде всего, к сокращению пространства академической свободы профессорства. Эта ситуация не является характерной только для Российской высшей школы. В том числе, созданная более века назад Американская ассоциация университетских профессоров (American Association of University Professors — AAUP) сегодня является ведущей организацией, занимающейся защитой академической свободы профессоров [7]. Ежегодный Бюллетень, издаваемый AAUP, содержит специальный раздел («National Security, the Assault on Science, and Academic Freedom»), в котором рассматриваются ситуации угрозы академической свободе профессоров. Так, в бюллетене

AAUR 2018 года рассматривалась проблема притеснения академической свободы американских ученых во взаимодействии с зарубежными коллегами. В качестве аргумента, оправдывающего сокращение академической свободы международных коммуникаций исследователей, делалась отсылка к соблюдению интересов национальной безопасности США [8]. В связи с этим была актуализирована проблема удержания таких принципов научного этоса, как универсализм (предусматривающий зависимость оценки любой научной идеи только от её содержания, но не от национальности или научного статуса ее автора), и открытость (утверждающая необходимость открытости результатов научных исследований для всех). Угрозы академической свободе профессорскому делу в отечественных университетах имеют не столько политическую окраску, сколько сопряжены с тотальным оцифровыванием его деятельности, бюрократическим прессингом, особенно усиливающимся в условиях трансформирования.

В целом изменения «бросают вызов многим ключевым принципам и традициям, составляющим основу классического университета» [9], ведь трудно представить университет без профессоров (субъектов академической профессии). Поэтому особого внимания заслуживают вопросы статуса, позиции профессорства в трансформируемом университете. В том числе: как изменяются позиция, статус профессоров, их профессиональные траектории в университетах, стремительнодвигающихся по предначертанным им «дорожным картам», этика профессорского дела? В пределе (в связи с активно обсуждаемым введением тотального дистанционного обучения) профессорство в недалеком будущем вполне можно будет определять как «уходящую натуру». Длительные структурные изменения института высшего образования порождают множественные фейки в деятельности субъектов академической профессии, например, распространение имитационных стратегий в сфере научной коммуникации [10], которые разрушают ее символ. В условиях тотального административного регулирования деятельности профессора его позиция в университете имеет большие шансы трансформироваться — от позиции автономного субъекта в позицию агента. Как показал Р. Сеннет [11], работа в условиях постоянных трансформаций становится преимущественно способом материальной компенсации за потраченное время, утрачивает при этом атрибутивные свойства поддерживать «гордость» за профессию, «чувство самоуважения за проделанную работу».

В исследовательском дискурсе о судьбе Университета тема «этика профессора» неуклонно перемещается в центр актуальной «повестки дня». Особенно в связи с обострением этических проблем в деятельности профессора в условиях интенсивных преобразований университетской сферы. Позволим себе утверждение: если на этапе университетизации (переименования в 90-х годах XX века многих отечественных вузов в университеты) профессорство играло роль символа университета, то во втором десятилетии XXI века (в условиях длительных трансформаций университетов) профессорство с его классической миссией имеет большие шансы в ближайшем будущем стать «уходящей натурой». Миссия профессорства в соответствии с гумбольдтовской моделью классического университета традиционно описывается как: производство, воспроизводство, внедрение научного знания; моральное лидерство профессора (как следствие авторитета научного знания); умение профессора жить в культуре знания, а не только в сфере профессиональных навыков. При этом ключевым этическим регулятором деятельности профессора (прежде всего, в производстве, воспроизводстве и применении научного знания) является академическая честность как элемент конкретизации одной из базовых ценностей этики профессора — служения знанию. Знание, определяемое как истинное и правильное по своей сути и методу его получения, распространения налагает на профессора обязательства большие, чем административные требования. А служение, как и призвание (в том числе в своей секулярной форме) в его веберовской трактовке определяется и в наши дни как свидетельство истинного профессионализма [12].

Другая базовая ценность этики профессора — академическая свобода. Поддерживаемая принципами научного этоса (в мертоновской трактовке это принципы универсализма, открытости, незаинтересованности, организованного скептицизма) эта ценность испытывает в условиях трансформирования университетов негативное воздействие, в том числе в связи с распространением установки на тотальную капитализацию знаний. Однако такая ценность не может быть отменена, если речь идет об этике профессора. Ценности «свобода морального выбора» и «ориентация на профессиональный успех», атрибутивные мировоззренческому ярусу этики профессора, сегодня особенно требуют конкретизации исходя из непроясненности положения профессорства в трансформируемом университете, в том числе осмысления вопроса «для чего профессорство в университете?». В целом актуализация вопроса о (не)возможности профессору ориентироваться в своей деятельности на атрибутивные профессорскому делу этические ценности указывает на кризис этики профессора в условиях трансформирования университета. Определенные грани проблемного поля этики профессора — с точки зрения референтности для университетской практики, характеризующие ее состояние скорее как кризисное — обнаруживаются в коллективной рефлексии ситуации отечественного профессорства, инициированной исследовательскими проектами НИИ прикладной этики в Тюменском индустриальном университете (до 2016 года — ТюмГНГУ).

Первое обращение к этике профессора как объекту исследования было предпринято в рамках исследовательского проекта «Новое самоопределение университета», в рамках которого был создан принятый ученым советом университета документ «Миссия-Кredo ТюмГНГУ» [13]. Одно из направлений реализации «Миссии-Кredo» предусматривало исследование этики базовых профессий научно-образовательной деятельности ТюмГНГУ. Речь шла о принципах и этических нормах, в равной степени относящихся к деятельности Профессора (наименование «профессор» относится здесь не только к имеющим ученое звание «профессор», но и к преподавателям, занимающимся преподаванием, исследованиями в сфере высшего образования) и Администратора, отражающих не столько специфику профессий, сколько в целом идентифицирующих университет как институцию, имеющую особую миссию в обществе. В тот период проблематизация этики профессора еще «озадачивала своей очевидностью», как отмечал А. Гусейнов [13]. Особое внимание к ценностям и нормам этики профессора уделялось в проекте «Профессионально-этический кодекс ТюмГНГУ» (2010 год) [14]. Созданный и принятый ученым советом ТюмГНГУ по результатам этого проекта документ содержал раздел «Императивы профессии». А его подраздел «Профессионально-этическая компетентность в деятельности преподавателя» включал ценностные ориентиры и этические нормы профессора. Возрастающее на протяжении прошедшего десятилетия внимание к теме «Этика профессора» в проектах НИИ ПЭ демонстрирует определенные изменения в проблематизации темы.

В проекте «Этика профессора в отсутствии полного алиби» (2011 год) основное внимание уделялось проблеме морального выбора: чем нельзя поступить профессору в своей профессиональной деятельности ни при каких обстоятельствах [15]. Анализ экспертных материалов позволил зафиксировать содержащееся в дискурсе представление о еще сохраняющейся целостности профессорского сообщества в университете. Словосочетание «этика профессора» в названии проекта служило метафорой для обозначения ценностей и норм, ориентирующих базовые профессии научно-образовательной деятельности университета — преподавателей, научных работников, профессорско-администраторов. Характеристика «в отсутствии полного алиби» проблематизировала усиливающуюся к 2011 году тенденцию (само)оправдания «объективными обстоятельствами» низких нравов в моральной практике профессорства (в более широком смысле — университетского преподавателя). В проекте была проблематизирована концептуальная готовность этики профессора: отвечать на вызовы массовизации,

коммерциализации, бюрократизации научно-образовательной деятельности университетов; ориентироваться на миссию и потенциал этики профессора (не принимающей позицию алиби в отношении моральной практики).

В качестве оснований принятия позиции алиби университетским профессором был выделен ряд факторов. Среди них объективные в отечественных обстоятельствах факторы «распыления» требований к абитуриентам, студентам, преподавателям: массовизация высшего образования, его трансформация в коммерциализированную индустрию «образовательных услуг», сверхбюрократическое «сопровождение» трансформации. Такого рода факторы снижали требования настолько, что можно было говорить о подрыве этической полноценности деятельности профессора. Подрыв этической полноценности этой деятельности соотносился и с деформацией самосознания профессора, девальвацией профессионально-нравственных ориентиров научно-образовательной деятельности отечественных университетов. Характерный для ситуации 2011 года конфликт: профессиональная деятельность — исполнение долга или «деловое предприятие».

Проект «Университетская этика: актуальная повестка дня» (2015 год) был сосредоточен на актуализировавшейся в университетской этике дилемме: «этика профессора vs этика администратора» [16]. Рефлексия ситуации в деле профессора в рамках этого проекта предпринималась в условиях активного освоения этическим сообществом университетской этики в целом. В качестве одного из признаков университетской этики было выделено понимание Университета, выходящее за рамки его трактовки как сервисной институции для экономики. В исследовательской рефлексии в этот период были выделены две тенденции в понимании ситуации Университета с точки зрения объективной конфликтности двух типов его миссий. Во-первых, миссия-стратегия, ориентирующая и администраторов, и профессоров на организационно-корпоративные ценности, характерные для любого делового предприятия. Во-вторых, миссия-кредо, ориентирующая не только профессоров, но и администраторов на ценности университета как научно-образовательной корпорации, характерные для производства и распространения Знания. Носителем первого типа миссии выступал университетский администратор, второго — связанного с ориентацией университета на служение общественному благу — университетский профессор.

В ситуации жесткого реформирования университетов, критичного для ценностных ориентиров научно-образовательной деятельности уровня оптимизации, резко возрастала власть Администратора в определении перспектив всего университета и судеб кафедр, НИИ, преподавателей и исследователей. При этом речь шла о власти не только в формировании политики университета, но и в определении ценностных ориентиров его научно-образовательной деятельности. Проявляющееся в университетах определенное недоверие к университетскому профессору провоцировало администраторов на вытеснение этических ценностей его деятельности — базового элемента в понимании и исполнении миссии Университета и норм университетской этики. Тенденция распространения в университетах недоверия к профессору — следствие пренебрежения администратора ценностями производства и трансляции Знания.

В исследовательском проекте «Прикладная этика в ситуации экспертизы идеологии и практики трансформирования университета» (2018 год) была проблематизирована в целом позиция профессорства в университете [17]. В рамках этого проекта экспертный потенциал прикладной этики в формате гуманитарной экспертизы был направлен на ситуацию трансформирования, в которую и профессионально и экзистенциально вовлечены в большей или меньшей степени практически профессора отечественных университетов (следует отметить, что этическая рефлексия ситуации давала определенный эффект и развитию этико-прикладного знания). Сохраняющуюся актуальность и рост напряженности этих процессов подтверждает и «банк» материалов отечественного публичного дикурса, в котором обнаруживаются обостряющиеся проблемы трансформирования университетов (проблемы,

обозначенные как в аналитических текстах, так и в текстах, описывающих жизненные ситуации профессоров). При этом этическую проблематизацию ситуации трансформирования университета образует не столько возникновение многообразных университетских форм, порождаемых глобализационными процессами («мультиверситеты», «глобальные университеты» и тому подобное), сколько жестко организованное «внедрение» ценностей, за которым опознается тенденция вытеснения родовой институциональной миссии Университета, прежде всего, Университета в регионе. В том числе, классической миссии университетского профессорства, которая теряет свой пафос, энергетику и статус в связи с установкой трансформируемых университетов на тотальную капитализацию научного знания, интенсивную технологизацию содержания научно-образовательной деятельности и так далее, а также в связи с сохраняющимся на фоне интенсивных трансформаций конфликтом ценностей профессиональной и корпоративной этик.

Среди стратегий трансформации миссии профессора в университете, за которыми опознается этический риск трансформирования университета: «оптимизация» профессорского состава, оправдываемая преимуществами дистанционного образования, которая подается как один из элементов трансформации университета; отстранение профессоров («и их отстранили, и сами устраниются — сами себя загнали в резервацию») от выработки идеологии и стратегии трансформации (в результате зона влияния миссии профессоров уменьшается, профессорство становится все менее причастно к фронтиру). А так же — в связи с вводимой в качестве ориентиров моделью предпринимательского университета, обеспечивающего профессиональное развитие человека в цифровой экономике, — акцентируется значимость коммерческих установок в деле профессора как наиболее значимых для университета сегодня. Каждая из этих стратегий проблематизирует жизненность классической миссии профессорства. Опыт инициированной в рамках представленных выше проектов НИИ ПЭ ТИУ коллективной рефлексии о взаимосвязи ценностей профессорства и ценностей трансформирования отечественных университетов дает определенные основания для характеристики ситуации профессора в трансформируемом университете как кризисной. География участников коллективной рефлексии — среди которых ведущие отечественные исследователи в сфере этики, философии, социологии (Институт философии РАН, Институт социологии РАН), профессора отечественных университетов (в том числе МГУ, НИУ ВШЭ, СПбГУ, Мордовский государственный университет имени Н.П. Огарева, Сибирский государственный технологический университет и другие) — позволяет экстраполировать ее результаты на характеристику ситуации профессорства отечественных университетов в целом.

Анализ коллективной рефлексии этических аспектов ситуации профессорства в трансформируемом отечественном университете позволил зафиксировать три ее направления. Во-первых, рефлексия теоретико-методологических аспектов этики профессора содержала проблематизацию выраженности специфики профессорского дела — как требующей конкретизации общих моральных норм или тщательно оговоренных исключений из них, диктуемых особенностями этого дела [3]. Рассматривалось профессорство и как моральный характер (под которым понималась социальная роль, налагающая на человека обязательства нравственного характера): «...профессору предъявляются повышенные моральные требования, поскольку предполагается, что он выполняет важную социальную миссию» [17]. Предметом рефлексии становились этика научного руководства и академического наставничества как важнейшие виды деятельности профессора, составляющие единый континуум [17].

Во-вторых, предпринималась критическая рефлексия состояния этики профессора в условиях трансформирования университетов. При этом такая рефлексия скорее указывала на ситуацию трансгрессии ценностей этики профессора. В том числе она содержала характеристики последствий тотальной цифровизации высшего образования. Речь шла не

только о «digital'ных текстах, удобной и эффективной инфографике, но и о последовательной маргинализации фигуры Учителя». А это «применительно к условиям университетского образования может означать вытеснение Профессора с орбиты контактной коммуникации с аудиторией студентов» [17]. Был проблематизирован и наметившийся «тренд к монополизации рынка онлайн-курсов крупнейшими университетами (преимущественно — столичными), обладающими необходимыми техническими и финансовыми ресурсами». В качестве последствия была акцентирована «тенденция к разделению университетов на “производителей” и “трансляторов” контента онлайн-курсов и вырождению сложившихся в регионах научных и образовательных школ, и целом — деградации региональных университетов» [17]. Еще одно направление критической рефлексии — этическая проблематизация субъектной позиции профессора: «профессор — специалист высококласный, имеющий право говорить от имени науки и образования». Однако «в условиях внешнего управления профессор не имеет возможности формулировать цели своей деятельности, и вынужден концентрироваться только на эффективных средствах и техниках достижения целей, поставленных государством и рынком» [17].

В этической рефлексии конфликта «между стремлением профессора к всестороннему профессиональному признанию (успеху) и добросовестным исполнением обязанностей» была выделена ситуация, «порождающая самые большие профессионально-этические проблемы у вузовского преподавателя». Это ситуация, когда «университеты пытаются создавать более или менее убедительную видимость того, что они являются «настоящими университетами» и потому предъявляют к своим работникам требования, которые обычно относятся к «классическому профессору», но в существующем (в университетах) институциональном контексте выполнить такие требования можно лишь имитационно» [18]. Можно сказать, что развитием обозначенной выше проблематизации является акцентирование наметившегося поколенческого разрыва в профессорском сословии: «Ныне выросло целое поколение университетских сотрудников, которые уже не представляют ценностей уходящей академической этики и, напротив, полностью вовлечены в практики университетского бизнеса... Они не могут представить науку, в которой надо было искать свой индивидуальный путь, защищать свои идеи, а иногда даже страдать за них... Многие из таких «ученых», понимают, что тексты, собранные наспех и опубликованные за деньги, не имеют ценности для науки. Но в их сознании наука уже... представляет собой производство некой продукции в виде текстов, которая приносит доход им самим и увеличивает рейтинг корпорации» [17].

В-третьих, в рефлексии возможных направлений развития этики профессора были выделены некоторые ранее не рассматриваемые специально элементы миссии профессора. В связи с тем, что в условиях «ослабления институциональных и традиционных факторов университетской жизни значение индивидуальной психологической, коммуникативной, социальной культуры для университета значительно возрастает», предлагалось рассмотреть в качестве составляющей миссии профессора «создание возможности для формирования такой культуры у студентов на персональном уровне, в образовательном процессе, в научно-исследовательской коммуникации» [17]. В качестве возможного направления развития этики профессора рассматривается потенциал «третьей миссии» университета: «традиционная академическая этика сосредоточивалась, главным образом, на науке и образовании, которые были тесно связаны друг с другом. То, что сегодня называется «третьей миссией» университета, ...было скорее предметом дискуссии и не рассматривалось многими как важная задача. Но теперь, когда университетские наука и образование стали постепенно утрачивать свои сущностные черты, социальная миссия должна выйти на первый план» [17].

Выводы

Исследование репрезентативности ценностей этики профессорского дела (возможности ориентации на них в практической деятельности) относительно направленности трансформаций отечественного университета носит поисковый характер. В ходе исследования были получены подтверждения целесообразности описания репрезентативности в трансформируемом университете этических ценностей профессорского дела: через анализ роли классической миссии профессорства в университете, выявление актуальной исследовательской повестки дня в рефлексии ситуации; потенциал применения ресурса этико-прикладного знания для поддержания ориентирующей и регулятивной функций атрибутивных профессорскому делу этических ценностей. Анализ проблематизаций в проектах НИИ ПЭ прошедшего десятилетия позволяет сделать вывод, что расширение в каждом новом проекте границ предметного поля (от анализа этических ценностей, норм профессии до рефлексии факторов, разрушающих в целом институт профессорства) указывает на неустойчивую взаимосвязь ценностей профессорства и ценностей трансформирования отечественных университетов.

Изначально Университет представлял собой институцию, в рамках которой поддерживалось и реализовывалось дело профессора с присущими ему академической свободой и разнообразными обязанностями, которые брали на себя все его представители. Однако продолжающиеся трансформации отечественного университета делают его все менее приемлемым для осуществления профессором своей классической миссии. Сегодня в пространстве трансформируемого университета классической миссии профессорства отводится, скорее, рудиментарная роль. Соответственно, университет как специфический социальный институт, выполняющий в обществе функции, превышающие потребности экономики знаний, имеет тенденцию утрачивать свое значение за пределами экономики знаний. Последствия такого рода рудиментации представляется возможным охарактеризовать как кризисные для общества в целом.

Анализ ситуации профессорства в трансформируемых университетах и социальный контекст предпринимаемых и осуществленных изменений в них показали, что в условиях «разрыва преемственности» ценностей этики профессора становится востребованным консультативный потенциал этико-прикладного знания. Прежде всего, в связи с актуальностью публичных дискуссий в университетах о базовых этических принципах профессорского дела, их поддержания и конкретизации в условиях трансформирования университета. Речь может идти и о собирании базовых этических принципов этики профессора в декларацию. Процесс работы над декларацией в каждом отдельном университете может быть способом культивирования университетского этоса в условиях трансформирования.

Библиографический список

- [1] Questioning excellence in higher education. Policies, experiences and challenges in national and comparative perspective / Edited by M. Rostan, M. Vaira. – Rotterdam: Sense Publishers, 2011. – 203 p.
- [2] Global Rankings and the Geopolitics of Higher Education / Edited by E. Hazelkorn. – New York: Routledge, 2016. – 372 p.
- [3] Де Вит Х. Эволюция мировых концепций, тенденций и вызовов в интернационализации высшего образования // Вопросы образования. – 2019. – № 2. – С. 8–34.
- [4] Концепция Федеральной целевой программы развития образования на 2016–2020 годы [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://static.government.ru/media/files/mlorxfXbbCk.pdf> (дата обращения: 14.09.2019).

- [5] Научно-образовательный гринфилд как инструмент трансформации университета. XXVII семинар-конференция Проекта 5–100. Сайт XXVII семинара конференции [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://5top100conf.utmn.ru/> (дата обращения: 21.09.2019).
- [6] Тенбрук Ф. Репрезентативная культура // Социологическое обозрение. – 2013. – Т. 12. – № 3. – С. 93–120.
- [7] American association of university professors [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aaup.org/report/statement-professional-ethics> (дата обращения: 10.09.2019).
- [8] National security, the assault on science, and academic freedom. Bulletin of the AAUP, 2018 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.aaup.org/report/national-security-assault-science-and-academic-freedom> (дата обращения: 10.09.2019).
- [9] Соколов М. Миф об университетской стратегии. Экономические ниши и организационные карьеры российских вузов // Вопросы образования. – 2017. – № 2. – С. 36–73.
- [10] Альтбах Ф.Дж. Анархия и эксплуатация в научной коммуникации // Международное высшее образование. – 2018. – № 92. – С. 8–10.
- [11] Сеннет Р. Коррозия характера. – Новосибирск: ФСПИ «Тренды», 2004. – 296 с.
- [12] Бакштановский В.И., Согомонов Ю.В. Профессиональная этика: социологические ракурсы // Социологические исследования. – 2005. – № 8. – С. 3–13.
- [13] Новое самоопределение университета. Ведомости. Вып. 33 / Под ред. В.И. Бакштановского, Н.Н. Карнаухова. – Тюмень: НИИ ПЭ, 2008. – 273 с.
- [14] Практичность морали, действенность кодекса. Ведомости. Вып. 36 / Под ред. В.И. Бакштановского, Н.Н. Карнаухова. – Тюмень: НИИ ПЭ, 2010. – 277 с.
- [15] Этика профессора: «вне-алиби-бытие». Ведомости. Вып. 39 / Под ред. В.И. Бакштановского, В.В. Новоселова. – Тюмень: НИИ ПЭ, 2011. – 280 с.
- [16] Университетская этика: актуальная повестка дня. Ведомости прикладной этики. Вып. 47 / Под ред. В.И. Бакштановского, О.А. Новоселова. – Тюмень: НИИ ПЭ, 2015. – 260 с.
- [17] Прикладная этика в ситуации экспертизы идеологии и практики трансформирования университета. Ведомости прикладной этики. Вып. 53. / Под ред. В.И. Бакштановского. – Тюмень: НИИ ПЭ, 2019. – 186 с.
- [18] «Успешный профессор» VS «Честный профессор»? Ведомости прикладной этики. Вып. 49 / Под ред. В.И. Бакштановского, О.А. Новоселова. – Тюмень: НИИ ПЭ, 2016. – 230 с.

References

- [1] Rostan, M., & Vaira, M. (Eds.). (2011). *Questioning excellence in higher education. policies, experiences and challenges in national and comparative perspective*. Rotterdam: Sense Publishers.
- [2] Hazelkorn, E. (Ed.). (2016). *Global rankings and the geopolitics of higher education*. New York: Routledge.
- [3] De Vit, Kh. (2019). The evolution of world concepts, trends and challenges in the internationalization of higher education. *Educational Studies Moscow*, 2, 8–34.
- [4] The concept of the Federal target program for the development of education for 2016–2020. Retrieved from <http://static.government.ru/media/files/mlorxfXbbCk.pdf>.
- [5] Scientific and educational greenfield as a tool for the transformation of the university. XXVII seminar-conference Project 5–100. Retrieved from <http://5top100conf.utmn.ru/>.
- [6] Tenbruk, F. (2013). Representative culture. *Russian Sociological Review*, 12(3), 93–120.
- [7] American Association of University Professors. Retrieved from <https://www.aaup.org/report/statement-professional-ethics>.

- [8] National Security, the Assault on Science, and Academic Freedom. (2018). Bulletin of the AAUP. Retrieved from <https://www.aaup.org/report/national-security-assault-science-and-academic-freedom>.
- [9] Sokolov, M. (2017). The myth of university strategy. Economic niches and organizational careers of Russian universities. *Educational Studies Moscow*, 2, 36–73.
- [10] Altbakh, F.Dzh. (2018). Anarchy and exploitation in scientific communication. *International Higher Education*, 92, 8–10.
- [11] Sennet, R. (2004). *The corrosion of character*. Novosibirsk: FSPI “Trendy”.
- [12] Bakshtanovskiy, V.I., & Sogomonov, Yu.V. (2005). Professional ethics: sociological perspectives. *Sociological Studies*, 8, 3–13.
- [13] Bakshtanovskiy, V.I., & Karnauhov, N.N. (Eds.). (2008). New self-determination of the university. In *Semestrial papers* 33. Tyumen: NNI PE.
- [14] Bakshtanovskiy, V.I., & Karnauhov, N.N. (Eds.). (2010). Practicality of morality, validity of the code. In *Semestrial papers* 36. Tyumen: NNI PE.
- [15] Bakshtanovskiy V.I., & Novoselov O.A. (Eds.). (2011). Ethics of the professor: “outside-alibi-being”. In *Semestrial papers* 39. Tyumen: NNI PE.
- [16] Bakshtanovskiy, V.I., & Novoselov, O.A. (Eds.). (2015). University ethics: current agenda. In *Semestrial papers of applied ethics* 47. Tyumen: NNI PE.
- [17] Bakshtanovskiy, V.I. (Ed.). (2019). Applied ethics in the situation of examination of the ideology and practice of university transformation. In *Semestrial papers of applied ethics* 53. Tyumen: NNI PE.
- [18] Bakshtanovskiy, V.I., & Novoselov, O.A. (Eds.). (2016). “Successful professor” VS “Honest professor”? In *Semestrial papers of applied ethics* 49. Tyumen: NNI PE.

Получена / Submitted: 24/09/2019

Доработана / Revised: 08/11/2019

Принята к публикации / Accepted: 28/11/2019

УДК 316.65

ОБЩЕСТВЕННОЕ МНЕНИЕ КАК ФАКТОР УПРАВЛЕНИЯ КОММУНИКАТИВНЫМИ ПРОЦЕССАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Галина Ивановна Герасимова¹, Марина Евгеньевна Костелецкая²

¹*Кафедра маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация*

²*Управляющая компания «Снегири», Тюмень, Российская Федерация*

Аннотация. В данной статье рассмотрены проблемы использования в коммерческом секторе экономической сферы социологических исследований в форме опросов. Они призваны решить задачи, связанные с общественным мнением об услугах и в целом о деятельности региональной компании девелопмент-сектора. Проблема анализируется как с точки зрения теоретического знания, так и на основе эмпирического материала, полученного в результате телефонного интервью с жителями одного из микрорайонов г. Тюмени. В результате исследования сделан вывод о том, что результаты изучения общественного мнения становятся основой для корректировки коммуникативных процессов предприятия, внедрения в деятельность клиентоориентированного подхода и совершенствования механизмов взаимодействия. Для исследуемого объекта предложены конкретные действия по модернизации фирменного стиля и имиджевой стратегии.

Ключевые слова: взаимодействие, региональная компания, социологические исследования, телефонный опрос, фирменный стиль.

Public Opinion as a Factor in the Management of the Communicative Processes of the Enterprise

Galina I. Gerasimova¹, Marina E. Kostelecka²

¹*Department of Marketing and Public Administration, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation*

²*Management Company "Snegiri", Tyumen, Russian Federation*

Abstract. This article deals with the problems of using sociological researches in the form of surveys in the commercial sector of the economic sphere. They are designed to solve problems related to public opinion about services and in General about the activities of the regional development sector company. The problem is analyzed both from the point of view of theoretical knowledge and on the basis of empirical material obtained as a result of telephone interviews with residents of one of the districts of Tyumen. The study concluded that the results of the study of public opinion become the basis for the adjustment of the communicative processes of the enterprise, the introduction of a client-oriented approach and the improvement of mechanisms of interaction. Specific actions on modernization of corporate style and image strategy are offered for the investigated object.

Keywords: interaction, regional company, sociological research, telephone survey, corporate identity.

Введение

Существенные рыночные изменения последнего десятилетия способствовали актуализации проблемы взаимодействия предприятий с общественностью. Субъектам рынка приходится реагировать на возросшую конкуренцию, учитывать этот факт при планировании своей деятельности, предлагая не только новые товары и услуги, но и новые способы коммуникации и вовлечения потребителей в интерактивные отношения. Внося коррективы в способы построения обратной связи с клиентами, предприятие тем самым совершенствует процедуры учёта их интересов и пожеланий. Одним из направлений такой деятельности являются опросы общественного мнения, позволяющие получить представление о проблемах

и трудностях взаимодействия с клиентами, стейкхолдерами и другими представителями целевых групп. Но если в политической и социальной сферах такого рода исследования проводятся регулярно, то экономические аспекты общественного мнения изучаются неупорядоченно и фрагментарно. Основываясь на данных предположениях, нами сформулирована цель статьи, направленная на совершенствование методов изучения целевой аудитории предприятия посредством замеров общественного мнения.

Были поставлены следующие задачи: 1) определить и систематизировать научные подходы к категории «общественное мнение»; 2) проанализировать теоретические аспекты изучаемого феномена; 3) обосновать необходимость изучения общественного мнения на предприятии, реализующем управление на микроуровне; 4) сформулировать теоретические выводы, разработать практические рекомендации по использованию результатов социологического исследования (опросов) в практике региональной компании деvelopeмента-сегмента. Теоретические основы современных политических, социально-психологических и социально-культурологических исследований общественного мнения заложены зарубежными и отечественными учеными: У. Липпманом [1], Э. Ноэль-Нойманом [2], Г. Тардом [3], П. Шампанем [4], Д. Гаврой [5], М. Горшковым [6], Б. Докторовым [7], Б. Парыгиным [8] и другие. Необходимость выявления не только лояльности потребителей, но и широкого спектра их отношения к товарам, предоставляемым услугам и компании в целом, обосновывают С. Беляева и Б. Беспарточный [9], Т. Заславская и Р. Рывкина [10], В. Радаев [11], В. Зикмунд, Й. Царр и М. Гриффин [12].

Материалы и методы

В ходе выявления обозначенных проблем использовались теоретические методы-операции. Был проведен комплексный анализ всего массива сведений по теме исследования. С помощью сравнения определены количественные и качественные характеристики изучаемого объекта. Обобщение позволило раскрыть общие свойства феномена «общественное мнение», который реализуется как в социально-политической, так и экономической сферах общества. Кроме того, в данной статье использован уровневый подход, допускающий применение как общетеоретических, так и непосредственно социологических методов исследования. Эмпирический анализ строился на основе опроса, проведенного по заранее разработанной анкете в форме телефонного интервью жителей одного из районов г. Тюмени ($n = 407$). При интерпретации полученных данных реализовывался принцип диалектического единства, объективности и комплексности.

Результаты и обсуждение

Ценности экономической сферы определяются, как правило, материальными причинами, где ключевым моментом выступают показатели долгосрочных и доверительных отношений, складывающихся между субъектами рынка. Мониторинг оценки степени удовлетворения потребностей, показателей взаимовыгодных отношений с ключевыми потребителями позволяет выявить тенденции не только изменения покупательских ориентаций, но и причины устойчивости их ценностных предпочтений. Это нацеливает компанию на изменение ассортимента, введение новых позиций и подходов в процедуры совершенствования своей деятельности и предлагаемых продуктов. Таким образом, для отдельно взятой организации из всего множества функций общественного мнения (ОМ) актуальными являются оценочная и регуляторная функции. Именно через них проявляется отношение к объектам, требующим модернизации или модификации. Кроме того, общественное мнение включено в процесс подготовки и принятия решений, с его помощью происходит корректировка взаимодействия субъектов рынка. С признанием существенной роли общественного мнения связано появление такого вида профессиональной деятельности как связи с общественностью, главной целью которой также является формирование мнения

общественности по конкретному вопросу. С развитой сетью коммуникаций в организации открываются большие возможности для формирования ОМ и работы с различными категориями граждан, лидерами мнений и другими заинтересованными сторонами. Таким образом, сложность сегодняшней социально-экономической ситуации требует изучения и формирования общественного мнения относительно актуальных проблем, перевода осознанных общественных потребностей в конкретные модели и образцы покупательского поведения. Исследуя различные подходы к формулировкам общественного мнения, можно сослаться на обоснованную точку зрения М. Горшкова, Ф. Голдберг: «общественное мнение — это не любое публичное высказывание и не механическая сумма множества высказываний (отдельных мнений), а некий продукт социальной жизни» [13]. Тем не менее, для данного исследования, имеющего прикладной характер, более соответствует суждение В. Оссовского: «общественное мнение есть оценочные суждения различных социальных общностей, в которых выражено их отношение к содержанию и способам решения касающихся их социальных проблем» [14]. Это определение коррелируется с пониманием ОМ как фактора экономической деятельности организации, способствующей решению производственных задач и в целом улучшению работы предприятия. Предлагаемые товары и услуги формируют нормативные ожидания потребителей, следовательно, составляют основу позитивного/негативного общественного мнения, которое требует самостоятельного изучения. Поэтому важно использовать эмпирические исследования, в результате которых предприятие совершенствует экономическую и социально-коммуникативную политику, модернизирует свою деятельность. Следовательно, видится логичным вывод о том, что социологические методы изучения ОМ должны быть включены в систему как коммерческих, так и коммуникативных показателей предприятия.

Необходимо рассмотреть, как отношение субъекта к какому-либо явлению проявляется в форме мнения. Его оценка определяется рядом факторов: личностными и эмоциональными компонентами (возраст, социальный статус, физическое состояние и другие); социокультурными ценностями и установками (городское или периферийное проживание, образование, семейное положение); экономическими показателями (доходы, наличие собственности и так далее). Кроме того, особое влияние на ОМ оказывают СМИ, которые, по мнению А. Золотухина, «обладают огромной способностью формировать мнение через освещение вопросов особым путем, ограничивая определенные типы информации в своих материалах об общественных делах и используя другие меры» [15]. В итоге изменение какого-либо фактора влечет за собой трансформацию мнений и суждений социальных субъектов. Можно предположить, что общественное мнение выступает в качестве реакции на уже случившееся, так как в случае недостатка объективной информации люди начинают компенсировать ее слухами и интуицией. Следовательно, необходимо вовремя и в полном объеме предоставлять все нужные сведения, потому что информационно-коммуникативный компонент является важным элементом управленческой политики компании. Также допустимо рассматривать общественное мнение как инструмент диагностики проблем, корректировки внутренних процедур, оптимизации производственных процессов. Наличие на предприятии организационных форм изучения и учета общественного мнения рационализирует достоверность получаемых в ходе опросов результатов.

Как пишет О. Кажанов, динамика общественного мнения подчиняется закону жизненного цикла, который предполагает прохождение определенных фаз (стадий) развития: становление, функционирование и убывание [16]. На этапе зарождения общественного мнения объект попадает в фокус внимания общественности, которая формирует о нем оценочно-ценностные суждения. Если предприятие не организует канал для обмена мнениями, то он реализуется стихийно и спонтанно. Сознательное и открытое управление обменом мнениями со стороны организации способствует скорейшей выработке согласованных позиций. В этом случае оптимальными методами формирования ОМ становятся общение,

обсуждение, организация отзывов, модерирование дискуссий, опросные методы и так далее. Формирование желательного дискурса по результатам опроса — эффективный способ легитимировать нормы и позиции, одобренные большинством относительно обсуждаемой проблемы. На этапе затухания ОМ происходит снижение интереса к проблеме, тем более что к этому времени она может быть уже решена. В целом границы между этапами динамической структуры общественного мнения достаточно подвижны, к тому же одновременно у разных категорий общественности могут сосуществовать различные взгляды на один и тот же предмет. По итогам выраженного общественного мнения как суммы личных предпочтений и суждений производят обобщение, анализ, делаются выводы, которые транслируются по доступным компании каналам коммуникации, включая корпоративные и общественные СМИ. Как уже было отмечено ранее, оценки и представления стейкхолдеров и лидеров общественного мнения по определенным вопросам способствуют корректировке деятельности компании. Согласно теории «иерархия эффектов», степень участия субъектов в обсуждении может быть низкая и высокая. При низкой существует разница между альтернативными мнениями и знаниями индивида, поэтому он часто меняет свое изначальное мнение. Когда степень личного участия высока и разница между альтернативными мнениями неразличима, то изменения будут сопровождаться появлением аналогичного решения. При важности, высокой степени участия и резком отличии мнений друг от друга люди действуют рационально, стараясь получить больше информации по этому вопросу, оценивая различные варианты [17]. Из этого можно сделать вывод о нужности и полезности актуальной информации, которая предоставляется стейкхолдерам с помощью продуманных коммуникативных программ и акций. Кроме того, при коммуникации с целевыми группами важно опираться на ВПФ-модель (восприятие — принятие — формулирование) Дж. Цаллера и работать с общественным мнением на всех этапах его развития [18]. Мнение, предназначенное для изменения или трансформации, заранее маркируется, а релевантные для соответствующих групп сообщения транслируются по заранее выбранным каналам. Следовательно, в современном, постоянно усложняющемся обществе, где количество сфер деятельности значительно больше, чем на первоначальных этапах его развития, общественное мнение является важным и необходимым для компании и его руководства, так как у них нет возможности быть компетентными во всех социально-экономических вопросах и обладать всеобъемлющими знаниями и опытом.

Деятельностный характер ОМ проявляется посредством событий, активных действий, что наиболее важно в условиях неструктурированности общественности, когда она открыта для предложений и ждет объяснений из надежных источников. В то же время общественное мнение не предотвращает критических ситуаций, а только реагирует на них, определяя личную заинтересованность субъектов в событиях, предложениях, любых стимулах, которые напрямую связаны с персональными интересами личности. Необходимо отметить тот факт, что к категориям ОМ, с трудом поддающимся корректировке, относятся мнения, основанные на личном опыте, а также те позиции, которые уже разделяет значительное большинство, и они достаточно хорошо оформлены и доступны для понимания. Организациям, постулирующим прозрачность и открытость, желающим формировать и управлять общественным мнением, важно понимать, что чем больше люди осведомлены и лично заинтересованы в чем-то, тем больше вероятность поддержки аргументов и доводов организации, одобрения предпринимаемых мер в целях улучшения производства. Изучение, корректировка и управление коммуникативными процессами организации на основе выявленного общественного мнения являются важной задачей менеджмента. В эту структуру включается вся совокупность целенаправленных действий по выстраиванию информационного и социального взаимодействия, совершаемого управленческими субъектами с целью оптимизации и координации внешних и внутренних организационных и рыночных отношений.

Для подтверждения теоретических выводов в качестве объекта исследования была выбрана региональная девелоперская компания с успешным бэкграундом и долгосрочной корпоративной историей. Для решения поставленных задач был выбран метод телефонного опроса, так как он является оперативным, сравнительно недорогим и эффективным способом сбора первичной информации. В компании была сформирована база контактов, поэтому недорогой и доступный опрос осуществлялся самими сотрудниками организации. Респондентами выступали жители микрорайона, телефонные номера которых были отобраны случайным образом. Во время интервью все сведения, полученные от респондентов, вносились в специально разработанную форму. Цель опроса состояла в том, чтобы изучить социально-демографические и другие характеристики целевой группы, а также оценить предпочтения жителей относительно услуг, предоставляемых компанией. Была заранее подготовлена анкета с открытыми и закрытыми вопросами, определена выборочная совокупность респондентов из числа проживающих в микрорайоне ($n = 407$), что составило 10 % от общего числа собственников многоквартирного жилья. Кроме того, были осуществлены подбор, инструктаж и контроль интервьюеров. Основные формулировки были нацелены на выяснение возможной вероятности рекомендаций компании другим потенциальным потребителям. Ответы классифицировались в соответствии с оценочной шкалой, где 0 баллов — отказ от рекомендации, а 10 баллов соответствовали словосочетанию «обязательно порекомендую». Респонденты имели возможность дать развернутый комментарий при ответе на открытые вопросы. Для подтверждения объективности производилась аудиозапись интервью; среднее время телефонного разговора составило 15 минут. Интерпретация полученных результатов проводилась по методике Ф. Райхельда (оценка индекса NPS — Net Promoter Score, то есть индекс поддержки). В основе этого показателя лежит допущение, что отношение к компании складывается из желания совершать повторные обращения; позитивного отношения к покупке дополнительных услуг; рекомендаций товаров и услуг своим знакомым, друзьям, размещением положительных отзывов в социальных сетях и на специализированных площадках [19]. При анализе полученных данных использовалась специальная формула расчета поддержки компании.

$$\frac{\text{количество сторонников} - \text{количество критиков}}{\text{общее количество участников отзыва NPS}} \times 100 \% . \quad (1)$$

Ф. Райхельд предложил характеризовать респондентов, в зависимости от полученных результатов, на следующие категории: «сторонники», «нейтральные потребители» и «критики» [20]. Положительное значение показателя сигнализирует о том, что доля «сторонников» компании превышает количество «критиков», следовательно, имеется определенный потенциал к естественному росту клиентской базы исключительно за счет лояльности покупателей. Нулевой или отрицательный показатель свидетельствует о том, что количество «критиков» превалирует над количеством «сторонников», а это, в свою очередь, может привести к оттоку покупателей из-за низкого рейтинга компании, его плохой репутации у клиентов.

В данном формате исследования была проанализирована взаимосвязь между готовностью рекомендовать покупку квартиры и удовлетворенностью определенным набором качественных характеристик жилого комплекса, что позволило провести категоризацию клиентов, а также проанализировать спектр мнений о следующих услугах: клининг, общее содержание территории, вывоз отходов, сервисные услуги, оказываемые управляющей компанией (УК), безопасность территории, шумоизоляция в квартирах. Ключевыми параметрами являются удовлетворенность покупкой квартиры и готовность рекомендовать товар/услугу своим знакомым и родственникам. Разброс мнений жителей о деятельности управляющей компании и удовлетворенности ее работой варьируется от 38

(плохая шумоизоляция квартир) до 78 % (вывоз отходов) от общего числа опрошенных (рисунок 1). Что касается первого показателя, то решение этого вопроса полностью связано с эксплуатационными свойствами помещений. Коммуникативным сегментом здесь являются планирование, реализация информационно-разъяснительной работы и уведомление потребителей о мерах, направленных на ее улучшение. Результаты анализа показали, что среди 58 % удовлетворенных сервисом управляющей компании есть респонденты, отметившие неудобство режима работы УК, отсутствие открытых и доступных официальных источников информации (корпоративные СМИ, информационные стенды и другие). Общая оценка ощущения безопасности во дворах — 52 %. Из комментариев к ответам можно сделать вывод о необходимости изменения графика работы УК и дополнительного благоустройства (посадка деревьев и цветов), сокращения рекламной информации на стендах, структурирования постоянных форм обратной связи. Все полученные в ходе опроса оценки являются субъективно окрашенными, в основе системы контроля сервисной деятельности лежит принцип её соответствия требованиям клиента и нормативам эксплуатации помещений. Здесь важно разработать собственный инструментарий проверки качества, который включал бы чек-лист, проработанный алгоритм зонного осмотра супервайзером и так далее.



Рисунок 1. Результаты телефонного опроса

Ключевой показатель является некой средней величиной и составляет 61 % от всего массива опрошенных. Именно такой сегмент удовлетворен покупкой квартиры, а 65 % готовы рекомендовать жилой комплекс своим друзьям и знакомым. Это важный индекс, свидетельствующий о том, что качество предоставленной услуги совпадает с уровнем ожидания, а угроза потери потенциальных потребителей достаточно низкая. В основном доля сторонников компании превышает количество ее «критиков». Из чего можно сделать заключение о положительной деятельности предприятия и о возможностях естественного роста клиентской базы за счет увеличения доли лояльных потребителей. Следовательно, можно констатировать, что исследуемая компания удовлетворяет запросы клиентов, так как большинство опрошенных довольны качеством обслуживания и готовы рекомендовать покупку квартиры своим родственникам и знакомым. Сложившееся общественное мнение о предприятии можно считать в основном позитивным.

По результатам социологического исследования руководством УК была разработана концепция взаимодействия с группами общественности, а также внесены предложения по совершенствованию средств коммуникации и фирменного стиля. В соответствии с

нормативными документами и постановлениями правительства Российской Федерации управляющая организация обязана раскрывать всю общую информацию о своей деятельности, а также основные показатели финансово-хозяйственной деятельности, сведения о выполняемых работах/оказываемых услугах. Кроме того, существует перечень информации, которая должна быть размещена на досках объявлений и стендах, расположенных на территории многоквартирного дома. Сотрудникам аварийно-диспетчерской службы предписано иметь при себе служебное удостоверение, опознавательный знак (бейдж, нашивка на одежду и другое) с указанием названия организации, фамилии, имени, отчества и профессиональной специализации [21]. Следовательно, соблюдение всех параметров корпоративной идентичности является обязательным для каждого сотрудника девелоперских организаций. С этой целью компании-объекту данного исследования было предложено разработать персональные идентификационные карты (бейджи), в которых должна содержаться информация о сотруднике (фамилия, имя, должность и отдел); печать компании (с наименованием и адресом регистрации); срок действия и подпись руководителя. Кроме того, для поддержания положительного имиджа были внесены корректировки в фирменный стиль предприятия, связанные с совершенствованием дресс-кода (единая униформа персонала, стандарты личной коммуникации с клиентами и так далее).

Еще один нормативный документ был положен в основу изменений корпоративных коммуникативных программ изучаемого объекта. В соответствии с административным кодексом РФ (КоАП РФ, статья 14.28), существует обязательный перечень размещения информации в подъездах многоквартирных домов и на иных носителях, принадлежащих УК [22]. По результатам исследования была выявлена проблема недостаточной информированности клиентов через официальные каналы коммуникации. В связи с этим, основываясь на официальных документах, был разработан новый дизайн информационных стендов и внесен строгий регламент обязательного размещения следующей информации: лицензия о деятельности организации; форма передачи показаний индивидуальных приборов учета с датами и способами предоставления информации; режим тишины согласно Кодексу Тюменской области об административной ответственности; тарифы на оказание жилищно-коммунальных услуг; информация о сроках проведения капитального ремонта и так далее. Такие сведения были согласованы с юристом, так как они в некой степени являются публичной офертой, определяют взаимоотношения между предприятием и ее клиентами. Для создания постоянного канала связи были выбраны информационные бюллетени, которые должны регулярно появляться на информационных стендах и обновляться по мере необходимости.

Согласно результатам исследования большинство респондентов обращают внимание на количество рекламных материалов на информационных стендах, поэтому было предложено локализовать коммерческую рекламу на определенных площадках (экраны в лифтах, стенды входных групп и так далее). Реализация данных предложений позволяет компании структурировать и организационно оформить информационные потоки и в дальнейшем оперативно и качественно ими управлять. Также было обращено внимание на содержание сообщений. Принято решение отказаться от использования формального бюрократического стиля подачи информации, прибегнув не только к упрощению сложного текста и выделению основных посылов, но и к неофициальному стилю объявлений, что также способствует формированию лояльности и доверия со стороны клиентов. Был разработан единый стиль публикаций: цветовая гамма, шрифт подпись, что позволяет легко идентифицировать фирменные объявления компании, быстро узнавать их среди прочего материала.

Таким образом, для формирования положительного общественного мнения было выбрано направление совершенствования коммуникативных процессов предприятия, акцентировано внимание на хорошо работающих каналах связи с целевыми группами, их

регулярном информировании и установлении обратной связи. Компания акцентировала внимание на элементах фирменного стиля, включая дресс-код, знаки идентификации, наполнение и актуализацию сведений, размещаемых на внутрифирменных средствах коммуникации. Запланировано расширение средств связи с общественностью, а именно использование сайта, социальных сетей, мессенджеров с профильными приложениями. Обратную связь планируется оформить посредством разработанных стандартных форм регистрации обращений, создания «многоканальных горячих линий». Все это способствует регулированию и эффективной координации внутренних коммуникативных процессов компании.

Выводы

Проведенное социологическое исследование показало, что благодаря опросам можно не только выявить общественное мнение потребителей, но повысить качество обратной связи, усовершенствовать каналы коммуникации, провести имиджевую корректировку. По результатам проведенного эмпирического исследования компании было предложено регулярно проводить замеры общественного мнения; доказана необходимость и полезность изучения общественного мнения в экономической сфере коммерческого сектора. Следствием анкетирования в конкретной организации стало усовершенствование коммуникативного направления работы, которое напрямую связано с выбором оптимальных каналов передачи информации и эффективным взаимодействием с потребителями; косвенно — с позитивным развитием имиджа и репутации компании.

Библиографический список

- [1] Липпман У. Общественное мнение. — Москва: Институт Фонда «Общественное мнение», 2004. — 384 с.
- [2] Ноэль-Нойман Э. Общественное мнение: Открытие спирали молчания. — Москва: Прогресс-Академия; Весь мир, 1996. — 352 с.
- [3] Тард Г. Мнение и толпа // Психология толп. — Москва: Институт психологии РАН, «КСП+», 1999. — С. 257–408.
- [4] Шампань П. Делать мнение: новая политическая игра. — Москва: Socio-Logos, 1997. — 326 с.
- [5] Гавра Д. Общественное мнение как социологическая категория и социальный институт. Санкт-Петербург: ИСЭП РАН, 1995. — 350 с.
- [6] Горшков М.К. Общественное мнение: история и современность. — Москва: Политиздат, 1988. — 383 с.
- [7] Докторов Б.З. Реклама и опросы общественного мнения в США: История зарождения. Судьбы творцов. — Москва: ЦСП, 2008. — 628 с.
- [8] Парыгин Б.Д. Общественное настроение. — Москва: Мысль, 1966. — 328 с.
- [9] Беляева Е.С., Беспарточный Б.Д. Экономика в общественном мнении. — Москва: МГСУ «Союз», 2004. — 168 с.
- [10] Заславская Т.И., Рывкина Р.В. Социология экономической жизни: Очерки теории. — Новосибирск: Наука, Сибирский отдел, 1991. — 448 с.
- [11] Радаев В.В. Миллениалы: как меняется российское общество. — Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2019. — 224 с.
- [12] Zikmund W.G., Carr J.C., Griffin M. Business Research Methods. — Boston: Cengage Learning, 2013. — 696 p.
- [13] Центр гуманитарных технологий, 2002–2019 [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://gtmarket.ru/> (дата обращения: 27.07.19).
- [14] Оссовский В.Л. Проблема идентификации общественного мнения // Социологические исследования. — 1999. — № 10. — С. 7–16.

- [15] Золотухин А.В. Общественное мнение как социально-психологический феномен // Молодой ученый. – 2013. – № 4. – С. 483–490.
- [16] Кажанов О.А. Социологические проблемы изучения общественного мнения. Смоленск: СГУ, 2006. – 135 с.
- [17] Киселева О.В., Науметова Ю.Э. Формирование общественного мнения и способы манипулирования им в различных целях // International Journal of Experimental Education. – 2017. – № 6. – С. 91–95.
- [18] Цаллер Дж. Происхождение и природа общественного мнения. – Москва: «Общественное мнение», 2004. – 559 с.
- [19] Райхельд Ф., Марки Р. Искренняя лояльность. Ключ к завоеванию клиентов на всю жизнь. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2013. – 352 с.
- [20] Индекс лояльности клиентов NPS [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://rtlq.ru/content/2016/11/6/Indeks-lojalnosti-klientov-NPS-kak-metrika-reputacii-kompanii/> (дата обращения: 21.07.19).
- [21] Правила осуществления деятельности по управлению многоквартирными домами [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102165338> (дата обращения: 11.08.19).
- [22] Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 № 195-ФЗ (ред. от 02.08.2019) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/ (дата обращения: 11.08.19).

References

- [1] Lippman, W. (2004). *Public opinion*. Moscow: Institute of The Fund “Public opinion”.
- [2] Noel-Neumann, E. (1996). *Public opinion: Discovering the spiral of silence*. Moscow: Progress-Akademiya; Ves Mir.
- [3] Tard, G. (1999). Opinion and the crowd. In *Psychology of crowds* (pp. 257–408). Moscow: Institute of psychology RAS, Publishing house “KSP+”.
- [4] Champagne, P. (1997). *Make opinion: a new political game*. Moscow: Socio-Logos.
- [5] Le Havre, D. (1995). *Public opinion as a sociological category and social institution*. St. Petersburg: ISEP RAN.
- [6] Gorshkov, M.K. (1988). *Public opinion: history and modernity*. Moscow: Politizdat.
- [7] Doktorov, B.Z. (2008). *Advertising and opinion polls in the United States: The history of the origin. The fate of the creators*. Moscow: DSP.
- [8] Parygin, B.D. (1966). *Public mood*. Moscow: Mysl.
- [9] Belyaeva, E.S., & Besposchadny, B.D. (2004). *Economy in public opinion*. Moscow: MGSU “Soyuz”.
- [10] Zaslavskaya, T.I., & Ryvkina, R.V. (1991). *Sociology of economic life: theory Essays*. Novosibirsk: Nauka, Sibirskiy otdel.
- [11] Radaev, V.V. (2019). *Millennials: how Russian society is changing*. Moscow: Publishing House of High school of Economics.
- [12] Zikmund, W.G., Carr, J.C., & Griffin, M. (2013). *Business research methods*. Boston: Cengage Learning.
- [13] Center for humanitarian technologies, 2002–2019. Retrieved from <https://gtmarket.ru>.
- [14] Ossovsky, V.L. (1999). The Problem of identification of public opinion. *Sociological Researches*, 10, 7–16.
- [15] Zolotukhin, A.V. (2013). Public opinion as a socio-psychological phenomenon. *Young Scientist*, 4, 483–490.
- [16] Kazhanov, O.A. (2006). *Sociological problems of studying public opinion*. Smolensk: SGU.
- [17] Kiselev, O.V., & Naubetova, Y.E. (2017). Shaping public opinion and manipulate them in different order. *International Journal of Experimental Education*, 6, 91–95.

- [18] Zaller, J. (2004). *Origin and nature of public opinion*. Moscow: IF “Obshchestvennoye mneniye”.
- [19] Reicheld, F., & Stamps, R. (2013). *The sincere loyalty. The key to winning customers for life*. Moscow: Mann, Ivanov i Ferber.
- [20] The Index of loyalty of clients NPS. Retrieved from <https://rtlq.ru/content/2016/11/6/Indeks-lojalnosti-klientov-NPS-kak-metrika-reputacii-kompanii/>.
- [21] Rules of implementation of activity on management of apartment houses. Retrieved from <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102165338>.
- [22] Code of the Russian Federation about administrative offences from 30.12.2001 No 195-ФЗ (as amended on 02.08.2019). Retrieved from http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_34661/.

Получена / Submitted: 02/10/2019

Доработана / Revised: 04/11/2019

Принята к публикации / Accepted: 26/11/2019

УДК 316.35

ЗАКРЫТЫЕ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЕ СООБЩЕСТВА: ПОВСЕДНЕВНОСТЬ В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОММУНИКАЦИЯХ РАЗНЫХ ПОКОЛЕНИЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЕЙ

Елена Николаевна Рассолова¹, Ольга Александровна Максимова¹

¹*Кафедра общей и этнической социологии, Казанский федеральный университет, Казань, Российская Федерация*

Аннотация. В статье анализируются различные типы коммуникации между старшим и младшим поколениями в научно-исследовательской среде. На основе метода участвующего наблюдения и нарративных интервью показано, что личность ученого во многом формируется социальной средой, в которой он находится. Формулируется вывод, что в относительно закрытых научных сообществах повседневная коммуникация играет важную роль в усвоении молодым поколением исследователей специфических ценностных установок научного сообщества, а также обучении профессиональным навыкам. Как показали результаты исследования, успешность профессиональных коммуникаций во многом обеспечивается значением такой характеристики, как «личное уравнение» (термин, введенный К. Поланьи). В тех группах, где параметры «личного уравнения» старшего и младшего поколений исследователей приблизительно равны, взаимоотношения характеризуются как наименее конфликтные. И наоборот, там, где в параметрах «личных уравнений» наблюдался значительный разрыв, члены сообщества чаще сталкиваются с конфликтными ситуациями, что негативно отражается на сфере научной социализации молодого поколения исследователей.

Ключевые слова: ученый, исследователь, социология науки, поколение, повседневность.

Closed Research Communities: Daily in Professional Communications of Different Researchers' Generations

Elena N. Rassolova¹, Olga A. Maximova¹

¹*Department of General and Ethnic Sociology, Kazan Federal University, Kazan, Russian Federation*

Abstract. The article analyzes various types of communication between older and younger generations in a research environment. Based on the method of participating observation and narrative interviews, it is shown that the personality of the scientist is largely shaped by the social environment in which he is located. The conclusion is formulated that in relatively closed scientific communities, everyday communication plays an important role in the adoption by the younger generation of researchers of the specific values of the scientific community, as well as training in professional skills. As the results of the study showed, the success of professional communications is largely ensured by the value of such a characteristic as “personal equation” (a term introduced by Polanyi). In those groups where the parameters of the “personal equation” of the older and younger generations of researchers are approximately equal, the relationships are characterized as the least conflicting. And, on the contrary, where there was a significant gap in the parameters of “personal equations”, community members are more likely to encounter conflict situations. It's negatively affects the field of scientific socialization of the younger generation of researchers.

Keywords: scientist, researcher, sociology of science, generation, everyday life.

Введение

Современный этап развития характеризуется динамичностью трансформаций разных сфер. Наука является одним из главных катализаторов общественных изменений. Наука как социальный институт представляет собой достаточно молодое явление, так как оформилась в полноценную структуру только около 300 лет назад, когда появились первые научные сообщества. Устойчивость подобных объединений обуславливалась различными формами

коммуникативных практик между членами и выстраиванием взаимоотношений между уже состоявшимися учеными и молодыми исследователями. На данный момент особый интерес представляют закрытые исследовательские системы (лаборатории, исследовательские станции), которые развиваются по своему уникальному пути.

Социологи изучают структуры и процессы социального поведения. Но наука — это не поведение, а знание, которое может быть записано, забыто и заново открыто, со своими формой и содержанием, остающимися неизменными. Более того, ученые занимаются открытием «законов природы», которые не могут быть изменены человеческой деятельностью. Таким образом, они не только сталкиваются, как в математике, с имманентной логикой своих собственных систем мысли, но и принимают следующее ограничение: что их системы должны соответствовать структуре естественных событий [1]. Наука и общество всегда находятся в специфических отношениях: взаимодействие ученых и широкой общественности зачастую характеризуется латентным ценностным конфликтом и попытками найти хрупкий баланс. В результате в ученой среде и обществе формируется разное представление о том, как устроена наука и каковы ее социально значимые цели. Долгое время наука представляла собой достаточно закрытую систему, куда не допускались посторонние индивиды. Не включенные в данную систему люди не понимали, что именно происходит с наукой, а подобные факторы, в свою очередь, приводили к тому, что в обществе формировались завышенные ожидания от науки. Изначально наука представлялась как некое сообщество колдунов и магов, которые представляли угрозу для общественных устоев своего времени. Наукой в основном занимались лишь единицы, располагая для этого финансовыми и временными ресурсами, поэтому в числе первых ученых выделялись именно представители аристократии. По оценке А. Уайтхиды, наука как явление и социальный институт представляет собой область человеческой деятельности, направленную на выработку и систематизацию объективных знаний о действительности [1]. Развитие науки зависело от готовности меньшинства, которое верило в науку, бороться за ее общее признание и выражать и развивать открыто свой интерес к науке в ее публичном обсуждении и целенаправленном объединении.

Ряд исследователей отмечает, что выделение науки в отдельную структуру и направление связано с распространением сциентизма в эпоху Возрождения. До этого времени наукой как таковой занимались лишь отдельные личности. В античности неким прообразом научных сообществ могли считаться объединения философов разных школ. В Италии XV века еще существовала крепкая взаимосвязь лиц, причастных к ремеслу художника и философа (или естествоиспытателя). Постепенно происходит переход к появлению нового образа научно настроенного ученого [2]. Прообразами современных научных обществ можно считать итальянские «научные» кружки — академии XVI века — «Неизвестные» (Неаполь, 1546–1548), «Хранители тайн» (Неаполь, 1560), Доверенные (Болонья, 1548) [3]. Это были кружки итальянских интеллектуалов своего времени. Стоит также отметить Академию деи Линчеи, которую можно считать первым кружком, который предпринял открытую и вполне широкомасштабную попытку создания научного института, притязавшего на равный статус с другими институтами образования [2]. Любопытно, что до эпохи Нового времени статус некоторых научных дисциплин, особенно математики и дисциплин, связанных с естествознанием, оставался невысоким. Пока ученый мог занимать университетскую должность в математике, только если он имел степень в медицине (например, Кардан), теологии (например, Лука Пачоли) или праве, и пока продвижение и известность зависели от того, что он был не просто компетентным математиком, но и хорошим классическим ученым, но не было никаких особых стимулов для того, чтобы сосредоточить усилия на научных предметах. Тот или иной ученый, движимый высокими мотивами, мог решить посвятить свой талант науке. Но не было никаких институциональных гарантий того, что его последователь поступит также. Современные общества формируются уже в эпоху Нового

времени, когда создаются Королевские научные общества. Присвоение науке статуса близкого к статусу профессиональной карьеры и преобразование ее в бюрократическую организационную деятельность произошли в Германии в период с 1825 по 1900 год. В середине XIX века почти все ученые в Германии были либо университетскими преподавателями, либо студентами и все чаще работали в группах, состоявших из учителя и нескольких учеников. Исследовательская работа стала необходимым условием университетской карьеры и считалась одной из задач профессуры [3].

Первоначально все научные общества были замкнутыми системами, что порождало слухи и суеверия о том, что это объединения магов или колдунов. Действия первых ученых средних веков и Нового времени были непонятны социуму, воспринимались скорее как что-то противоестественное. Угрожающие общественным устоям того времени из-за диктата религиозных норм и существовавших тогда представлений о мире, прото-ученые (первые ученые) сами подвергались постоянным нападкам из-за своих прогрессивных взглядов, часто даже могли поплатиться жизнью за свою деятельность. Научные сообщества имеют свою классификацию, могут быть закрытыми и открытыми [4–8]. Открытые общества формируются под сильным воздействием внешней среды, более подвержены трансформациям структуры (например, университеты, академии наук), являются крупными по размерам. Закрытые общества дольше сохраняют первоначальную структуру, отличаются небольшими размерами, члены общества чаще коммуницируют между собой, нежели с «пришельцами» из внешней среды (лаборатории, обсерватории, исследовательские станции).

Материалы и методы

Закрытые научные сообщества являются наиболее сложным, но и наиболее интересным с точки зрения полученной информации объектом исследования. Понятие «закрытости» является достаточно условным; в контексте нашего анализа закрытость того или иного социального института рассматривается как степень затрудненности доступа исследователя к наблюдению в силу определенных институциональных причин. Одним из наиболее эффективных методов исследования таких групп является метод участвующего наблюдения, классическими примерами чего являются исследования И. Гофмана, У.Ф. Уайта, Л. Фестингера, М. Мид и другие [5].

Нами также был задействован биографический метод, который довольно востребован в психологических науках, а также в социологии. Биографический метод рассматривает крупные процессы через призму изменений в «первичных группах». Социальные изменения исследовались разными исследователями на стыке «социальных ценностей» и «установок личности», а развитие личности рассматривалось как результат влияния социальных ценностей на совершенные действия [6].

Личность ученого формируется социальной средой, в которой он находится. А.В. Юревич отмечал, что любые коммуникации между учеными проходят через призму социального и внутриличностного опыта [7]. Ученые обращают внимание не на изучаемые объекты, а на саму научную деятельность, осмысливая и объясняя ее социальные обстоятельства. Дж. Гилберт и М. Малкей обнаружили, что объяснение учеными своих профессиональных ошибок заметно отличается от объяснения ими аналогичных ошибок, совершенных коллегами. Собственные ошибки описывались как влияние сторонних факторов, в то время как ошибки других ученых трактовались как обусловленные личностными особенностями [8; 9].

В данной работе нами рассматривается проблематика коммуникаций ученых и молодых исследователей в условиях закрытых исследовательских сообществ как основного фактора устойчивости данных образований. Устойчивость любого сообщества достигается, прежде всего, преемственностью поколений, которая в академической среде обеспечивается поддержкой «grand-theory» всеми членами объединения. Генерация новых знаний и передача

опыта осуществляется посредством общения старшего поколения ученых с начинающими исследователями. В 2018–2019 гг. нами проведено исследование, опирающееся на качественные методы: участвующее и неучаствующее наблюдение, интервью, визуальные методы. В качестве объекта наблюдения выступили две группы ученых и исследователей: ботаники во время работы на исследовательской станции (Томская область), физики в лаборатории (научно-исследовательская лаборатория Казанского федерального университета, Республика Татарстан). Также проведено наблюдение за членами студенческого научного общества Набережночелнинского института Казанского федерального университета, чтобы определить, как происходит формирование будущих исследователей в лице студентов 1–3 курсов технических специальностей ($n = 15$ человек, каждая группа).

Результаты и обсуждение

Первое исследуемое объединение располагалось в Томской области на одной из исследовательских станций. Сотрудники работают небольшими группами, в которых обязательно имеется ведущий ученый, объединяющий несколько единомышленников (ученых), образующих вместе «верх» иерархии. Также в группу включены молодые исследователи, которые только переступили порог данной исследовательской системы. Примечателен случай в группе ботаников при сортировке растений. Молодая исследовательница, проходившая практику на исследовательской станции, участвовала в сортировке растений вместе с другими учеными-ботаниками. Весь процесс сопровождался разговорами о разных типах растений и демонстрацией процесса правильной сортировки (профессиональное). В определенные моменты в речи ученых с опытом можно было заметить вопросы личного характера, которые снижали напряжение (повседневное). Изначально движения молодой исследовательницы, порывистые и нервные, постепенно становились спокойными и уверенными, как у представителей старшего поколения... (из полевого дневника наблюдения).

Данный пример иллюстрирует синтез повседневного и профессионального в процессе передачи опыта от одного поколения к другому, что служит фактором устойчивости данных исследовательских систем. Использование повседневных форм общения в профессиональных коммуникациях ускоряет процесс социализации молодых исследователей в данных условиях, что позволяет переходить к новым этапам исследовательской иерархии в подобных обществах.

На той станции работали сразу несколько групп ботаников, был разгар лета. Пришли стажеры из разных учебных заведений, в основном магистранты-ботаники и экологи. В полевых условиях совместный труд сплачивает... Сначала молодежь держалась как-то обособленно, под конец стажировки уже вместе с наставниками участвовала во всех видах деятельности — от трудовой до досуговой. Было видно, между разными поколениями исследователей установилась прочная взаимосвязь... (из полевого дневника наблюдений). В данных условиях время играет важную роль в процессе конструирования коммуникаций, происходит своеобразный обмен опытом «... старшее поколение несколько “омолодилось”», а молодежь стала более осознанной (из полевого дневника наблюдений).

Второй этап исследования был посвящен изучению особенностей коммуникации в среде физиков. На стадии участвующего наблюдения нами была поставлена цель выяснить, как осуществляется передача профессиональных знаний между молодыми исследователями из разных направлений физики (физики-лазерщики, космологи, физики-теоретики (оптика и нанофотоника)).

В течение двух недель ежедневно мы взаимодействовали с данными индивидами, старались вникнуть в смысл их бесед. С некоторыми физиками мы проводили 24 часа в сутки... В конце нашего опыта нами было обнаружено, что мы стали лучше понимать

базовые принципы физики, смогли вникнуть в теорию струн и чаще стали интересоваться физикой. Возможно, это может стать интересным методом обучения, даже представители гуманитарных дисциплин стали читать больше научно-популярной литературы именно по физике. Немного другим стал стиль мышления, в чем-то критическим, более осозанным, одновременно и абстрагированным... (из полевого дневника наблюдения).

Подобное включение в деятельность изучаемого сообщества привело к тому, что один из наблюдателей стал активно интересоваться физикой и решил, по возможности, в будущем получить образование физика. Следующая стадия исследования включала в себя нарративные интервью и невключенное наблюдение в одной из научно-исследовательских лабораторий Казанского федерального университета. Стоит отметить, что в одном из помещений лаборатории была обнаружена целая семья физиков-лазерщиков (семейная пара и сиблинги).

Интересны взаимоотношения сиблингов — старшей сестры и младшего брата, работающих в одной комнате. Старшая сестра выполняет роль посредника и наставника для своего брата. Сестра уже является младшим научным сотрудником, в то время как ее брат пока работает в должности инженера-проектировщика. Брат помогает в опытах сестры — следит за выращиванием кристаллов, фиксирует данные опытов. Сестра уже самостоятельно проводит эксперименты или участвует в проектах своего научного руководителя. С опытами ей также помогает ее супруг... (из полевого дневника наблюдения).

Всего в помещении может работать до пяти молодых физиков одновременно. В лаборатории они могут проводить около 14 часов, отслеживая течение эксперимента. Кристаллы растут долго, и только после этого с ними начинают проводить эксперименты, испытывая разные методы накачки лазера. Часто встречаются коллаборации ученых из разных университетов, работающих над одним проектом (части исследования проводятся различными группами ученых в других университетах и затем объединяются). Подобные опыты также занимают продолжительное время.

Старшее поколение исследователей пользуется огромным уважением среди молодежи, которая в повседневности стремится использовать неформальное общение, с преобладанием шуток, небольших розыгрышей (из полевого дневника наблюдения).

Между молодыми исследователями-физиками изначально устанавливаются неформальные отношения, позволяющие достигать наибольшей продуктивности в работе. С наставниками отношения носят полунеформальный характер (скорее, с преобладанием форм дружеского общения между научными руководителями и их подопечными).

В обычное время наставник может пожурить своего подопечного, похлопать по плечу, похвалить. В подобных коллективах важна поддержка, особенно это касается молодого поколения, которое только начинает проводить свои первые, но уже важные опыты. В некоторых случаях молодые физики могут работать отдельно от старшего поколения — так называемые «молодежные проекты». В данных проектах молодежь растет сама, порой ошибаясь, вымеряя необходимые дозы и параметры. Шутки в такое время — стандартный процесс, снижается общее напряжение во время ожидания. Готовы проводить круглые сутки в лаборатории, только бы эксперимент получился. Чувствуется дыхание молодости — глаза горят от вдохновения, а деятельность так и кипит (из полевого дневника наблюдения).

В среде физиков чаще применяются повседневные формы общения, облегчающие осуществление профессиональных коммуникаций. Также уже молодые исследователи способны к проведению самостоятельных исследований. Хотя не всегда есть возможности проверить на практике данные «мыслительных» экспериментов в силу отсутствия необходимого оборудования. Старшее поколение физиков иногда сетует на то, что нет необходимых установок, так как они очень дорогие. Имеющееся оборудование в лаборатории уже не всегда способно справляться с возрастающими мощностями и сложностью экспериментов. Например, они упоминали, что одни зеркала для лазеров могут

стоить около 2,5 тысяч долларов, а стоимость полноценной установки для эксперимента вообще достигать порядка 6 тысяч долларов... (из полевого дневника наблюдения).

Иногда в процессе взаимодействия между разными поколениями физиков могут возникать некоторые недомолвки в силу различного опыта или наличия проблем с оборудованием у молодых исследователей. Как отмечал А. Маслоу в одной из своих работ, «ученый — это не видеокамера и не магнитофон» [10]. Каждый исследователь имеет свои психофизиологические особенности, которые не всегда могут подходить к требованиям наставников. Данные различия сглаживаются и становятся менее заметными, когда исследователи начинают работать в группах. Научные группы могут подразделяться на «молодые» и «старые». Данное разделение достаточно условное, однако каждый подтип имеет свои особенности и характерные черты. Г. Шепард установил, что наиболее велика отдача «молодых групп», «возраст» которых не превышает 16 месяцев [11]. Д. Пельц и Ф. Эндрюс установили, что зафиксированная Г. Шепардом закономерность проявляется и в других видах научных организаций, но только в отношении такого критерия продуктивности, как «научный вклад», измеряемого общим количеством научной продукции, но не критерия «общая полезность», основанного на экспертных оценках. Пик этой «общей полезности» приходится на «возраст» группы в 4–5 лет, а затем начинает снижаться [12].

Реализация научно-исследовательских программ, да и вообще всякой любой коллективной деятельности предполагает разделение функций между исследователями. Поэтому в научной группе каждый ее член исполняет свою научную роль — специфический набор действий внутри научной деятельности, который данный научный сотрудник выполняет в данной группе лучше других, способность к которым у него ярче выражена по сравнению с другими членами группы [13]. В научном коллективе редко встречаются чистые типы специализации, чаще всего это комбинация разных подтипов в одном исследователе.

Если предыдущие примеры иллюстрировали коммуникации уже сложившихся исследователей, то социальные взаимодействия членов студенческого научного общества можно охарактеризовать как первый шаг в науку и исследования, формирование студентами особого, исследовательского стиля жизни [14]. Нами было проведено наблюдение за студенческим научным обществом будущих инженеров. Стоит отметить, что их научные проекты больше ориентированы на разработку практических решений и реальные изобретения. Так, был реализован проект «Формула-студент», в рамках которого в течение определенного периода времени происходила постройка гоночного болида, осуществлявшаяся под руководством опытных ученых и конструкторов при участии студентов. Постройка данного устройства продолжалась в течение длительного времени. В подобных обществах студенты получают начальный опыт работы в исследовательских командах и в дальнейшем становятся способны к участию и организации собственных научных проектов. В данном случае нами рассматривалась коммуникация между научными работниками и начинающими исследователями в лице студентов, а также уровень их вовлеченности в деятельность городского сообщества молодых исследователей. Коммуникация с преподавателями-наставниками осуществлялась посредством участия в совместной исследовательской деятельности, носившей чаще теоретический характер.

На базе городского общества молодых исследователей, являющегося неким центром всех студенческих научных объединений, были организованы занятия по философии и методологии научных исследований в максимально неформальной обстановке, проводились так называемые «интеллектуальные чаепития», где обсуждались самые разные научные направления. В течение полугода заинтересованные студенты посещали данные занятия еженедельно, они обучались малыми группами. Во время данных бесед стояли жаркие дискуссии. Однако ребята приходили не только во время занятий, они были готовы проводить там целые сутки, обсуждая новейшие научные идеи и достижения с горящими от

восторга глазами. Темы для обсуждения обычно предлагались самими ребятами, они касались обычно научно-технического прогресса, междисциплинарных исследований, синтеза науки и искусства. Обсуждалась возможность реализации каких-либо экспериментов. Часты были случаи, когда студенты-первокурсники помогали студентам-третьекурсникам с предметами. В такие моменты маркерная доска была полностью усыпана математическими или физическими формулами. Порой студенты-программисты могли продемонстрировать свою первую нейросеть. Они были готовы помогать друг другу и самоорганизовываться, чтобы в дальнейшем самостоятельно придумывать исследовательские проекты... Ребята могли приводить своих младших братьев и сестер, которые обучались в школе, просто потому что хотели, чтобы и они присоединялись к науке (из полевого дневника наблюдений).

Студенты изначально выстраивают повседневную коммуникацию уровня «равный-равный», объединяясь в небольшие подгруппы по интересам. В процессе наблюдения выявлялись уникальные индивиды.

Одна 16-летняя девочка являлась страстной поклонницей физики и астрономии, имела обширную область интересов. Телескопы-рефракторы, радиотелескопы, линзы для обычных телескопов — она во многом разбиралась. Каждый раз она рассказывала какие-то любопытные истории из истории астрономии, будь то телескоп в Аресибо, который до недавнего времени считался самым крупным радиотелескопом в мире. Однажды принесла свой телескоп, показав, как правильно им пользоваться. Довольно часто она рассказывала об интересных случаях, случившихся с ней во время посещения разных обсерваторий. Она поделилась своей историей о том, как с самого раннего детства мечтала о космосе и телескопе, как копила на телескоп, как смогла его купить. Точнее, телескоп у нее был и до этого, но слишком маленький, а вот чтобы прямо настоящий... Телескоп оказался довольно тяжелым — более 16 кг, но давал потрясающую точность изображения для любительского телескопа. Довольно часто она могла демонстрировать фотоснимки с телескопа, сделанные во время наблюдений за небесными телами. Довольно четкие изображения луны, немного размытые изображения других планет. Притом что данная девочка не являлась студенткой физиком или астрономом, она обучалась на туризме, а физика и астрономия были всего лишь увлечениями. Каково же было удивление окружающих ребят, когда они узнали, что подобные интересы у нее были еще с детства — в виде просмотров научно-популярных фильмов и чтения научно-популярной литературы. В будущем она бы хотела связать свою жизнь с физикой. В один момент она попросила принести задачник по физике, чтобы начать готовиться к будущей учебе. Перед ребятами возник образ «маленькой ученой», который вдохновляет несмотря на свой юный возраст (из полевого дневника наблюдений).

В условиях общественного объединения, где председатель старше своих активистов в среднем на 6–9 лет, коммуникация осуществляется на равных. В обществе данного типа преобладает повседневная коммуникация, через которую и происходит обучение профессиональным навыкам. Подобная форма служит неким научным прото-сообществом — здесь еще не ведутся серьезные исследования, как в университетах, однако проводится процесс популяризации науки и научных исследований среди молодежи.

Выводы

Наблюдение и его результаты зависят от состояния органов чувств наблюдателя. Это явление вызвано проявлением так называемого «личного уравнения». «Личное уравнение» — интегральная характеристика психофизиологических особенностей человека, задающая предел его сенсорных возможностей. Каждому исследователю свойственно индивидуальное «личное уравнение», определяющее его возможности как наблюдателя [15]. Как показали результаты нашего исследования, успешность профессиональных коммуникаций во многом обеспечивается значением этой характеристики. В тех группах, где параметры «личного

уравнения» старшего и младшего поколений исследователей были приблизительно равны, взаимоотношения характеризовались как наименее конфликтные. И наоборот, там, где в параметрах «личных уравнений» наблюдался значительный разрыв, мы чаще сталкивались с конфликтными ситуациями. Например, в ходе наблюдения фиксировались случаи, когда старший исследователь мог отстранить младшего исследователя от работы под предлогом медлительности второго, вместо того чтобы помочь начинающему коллеге освоить сложные для него навыки.

Таким образом, формирование личности молодого ученого может отличаться в зависимости от типа исследовательской системы. В условиях закрытых исследовательских сообществ молодой исследователь интегрируется в научное сообщество не только через официальные каналы передачи научных знаний, такие как лекции, практические занятия, семинары, но и посредством неформальных коммуникаций со старшим поколением ученых в процессе профессиональных повседневных практик.

Библиографический список

- [1] Whitehead A.N. The interpretation of science, selected essays. – New York: Bobbs-Merrill, 1961. – 320 p.
- [2] De Santillana G. The Crime of Galileo. – Chicago: University of Chicago Press, 1955. – 340 p.
- [3] Ben-David J. The scientist's role in society: a comparative study. – Chicago: University of Chicago Press, 1984. – 201 p.
- [4] Степин В.С. Научное познание и ценности техногенной цивилизации // Вопросы философии. – 1989. – № 10. – С. 3–18.
- [5] Максимова О. Участвующее наблюдение в закрытых институтах: методологическая рефлексия. Милиция и этнические мигранты: практики взаимодействия. – Санкт-Петербург: Алетейя, 2011 – С. 565–589.
- [6] Рождественская Е.Ю. Биографический метод в социологии. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2012. – 75 с.
- [7] Юревич А.В. Социальная психология науки. – Санкт-Петербург: Издательство Русского христианского гуманитарного института, 2001. – 350 с.
- [8] Gilbert G.N. The transformation of research finding into scientific knowledge // Social Studies of Science. – 1976. – Vol. 6. – P. 281–306.
- [9] Gilbert G.N., Mulkay M.J. Opening Pandora's Box: A Sociological Analysis of Scientists' Discourse. – Cambridge: Cambridge University Press, 1984. – 207 p.
- [10] Maslow A. The psychology of science: A Reconnaissance. New York: HarperCollins, 1966. – 168 p.
- [11] Shepard H. Creativity in R & D teams // Research and engineering. – 1956. – № 10. – P. 10–3.
- [12] Пельц Д., Эндрюс Ф. Ученые в организациях: Об оптимальных условиях для исследований и разработок. – Москва: Прогресс, 1973. – 472 с.
- [13] Ярошевский М.Г. Программно-ролевой подход к исследованию научного коллектива // Вопросы психологии. – 1978. – № 3. – С. 40–53.
- [14] Исламшина Т.Г., Максимова О.А., Хамзина Г.Р. Стиль жизни и ценностные ориентации студентов татарстанских вузов: сравнительный анализ // Вестник Казанского государственного технического университета им. А. Туполева. – 1998. – № 2. – С. 44–49.
- [15] Polanyi M. Personal Knowledge: Towards a Post-Critical Philosophy. London: Routledge, 2005. – 503 p.

References

- [1] Whitehead, A.N. (1961). *The interpretation of science, selected essays*. New York: Bobbs-Merrill.
- [2] De Santillana, G. (1955). *The crime of galileo*. Chicago: University of Chicago Press.

- [3] Ben-David, J. (1984). *The scientist's role in society: a comparative study*. Chicago: University of Chicago Press.
- [4] Stepin, V.S. (1989). Scientific Knowledge and Values of Anthropogenic Civilization. *Philosophy Issues*, 10, 3–18.
- [5] Maximova, O. (2011). *Participating observation in closed institutes: methodological reflection in police and ethnic migrants: interaction practices*. St. Petersburg: Aleteya.
- [6] Rozhdestvenskaya, E.Yu. (2012). *Biographical method in sociology*. Moscow: Publishing House of the Higher School of Economics.
- [7] Yurevich, A.V. (2001). *Social psychology of science*. St. Petersburg: Publishing House of the Russian Christian Humanitarian Institute.
- [8] Gilbert, G.N. (1976). The transformation of research finding into scientific knowledge. *Social Studies of Science*, 6, 281–306.
- [9] Gilbert, G.N., & Mulkay, M.J. (1984). *Opening Pandora's Box: a sociological analysis of scientists' discourse*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [10] Maslow, A. (1966). *The psychology of science: A Reconnaissance*. New York: HarperCollins.
- [11] Shepard, H.A. (1956). Creativity in R & D teams. *Research and engineering*, 10, 10–13.
- [12] Peltz, D. & Andrews, F. (1973). *Scientists in organizations: on optimal conditions for research and development*. Moscow: Progress.
- [13] Yaroshevsky, M.G. (1978). Program-role approach to the research of the research team. *Psychology Issues*, 3, 40–53.
- [14] Islamshina, T.G., Maximova, O.A., & Khamzina, G.R. (1998). Life style and value orientations of students of Tatarstan universities: a comparative analysis. *Bulletin of Kazan State Technical University named after A.N. Tupolev*, 2, 44–49.
- [15] Polanyi, M. (2005). *Personal knowledge: towards a post-critical philosophy*. London: Routledge.

Получена / Submitted: 07/10/2019

Доработана / Revised: 06/11/2019

Принята к публикации / Accepted: 22/11/2019

УДК 314.728

БИЛИНГВИЗМ КАК РЕАЛЬНЫЙ И СИМУЛЯЦИОННЫЙ ФАКТОР МИГРАЦИИ МОЛОДЕЖИ

Владимир Александрович Беляев¹, Анна Алексеевна Ахметшина¹

¹*Кафедра социологии, политологии и менеджмента, Казанский национальный исследовательский технический университет им. А.Н. Туполева–КАИ, Казань, Российская Федерация*

Аннотация. Проведен анализ ситуации с билингвизмом среди молодежи мегаполиса и среднего города в Республике Татарстан. Рассмотрено воздействие процессов индигенизации властных и управленческих учреждений, институтов образования и учреждений культуры на формирование миграционной мотивации средних городов Татарстана. Показана неоднозначная роль билингвальных симулякров в процессе выбора местожительства молодыми людьми. Выявлено противоречие между реальными профессиональными возможностями для карьеры и выбором места работы в мегаполисе в случае владения двумя основными языками в Республике Татарстан и неустойчивыми симуляционными возможностями мифов в решении проблем двуязычия в мегаполисе. Показаны преобладание миграционных установок у старшеклассников средних городов и наличие как стабильной ориентации части молодых людей на проживание в родном городе, так и существование обратного вектора, заставляющего отдельных юношей и девушек возвращаться на малую родину в силу разочарования в симулякрах мегаполиса, включая билингвизм в культурно-бытовой сфере, разрушающихся под воздействием глобализации. На основе массовых опросов молодежи Республики Татарстан, Казани и средних городов раскрыты важная роль психофизиологических особенностей молодежи и их большая подверженность билингвальным симулякрам в процессе формирования миграционных установок.

Ключевые слова: индигенизация, миграционные установки, миграционная мотивация, билингвальные симулякры, окна Овертона.

Bilingualism as a Real and Simulating Factor of Youth Migration

Vladimir A. Belyaev¹, Anna A. Akhmetshina¹

¹*Department of Sociology, Political Science and Management, Kazan National Research Technical University named after A.N. Tupolev–KAI, Kazan, Russian Federation*

Abstract. The analysis of the situation with bilingualism among the youth of the Megapolis and the middle city in the Republic of Tatarstan were made. The impact of the processes of indigenization of state institutions, educational institutions and cultural heritage on the migration motivation of the middle cities of Tatarstan is considered. The ambiguous role of bilingual simulacrams in the process of young people choosing a place of residence is shown. The contradiction between real professional opportunities and career is revealed. Choosing a job in a metropolis in the case of knowledge of the two main languages in the Republic of Tatarstan and the unstable simulation capabilities of myths in solving the problems of bilingualism in the metropolis. Increasingly, people live in their hometown, as a result of which all other people return to their small homeland, which causes disappointment in the symmetry of the metropolis, including bilingualism for cultural and domestic purposes. Sphere collapsing under apparent globalization. Based on mass surveys of youth of the Republic of Tatarstan, the disclosure of information about Kazan and medium-sized cities is important for the role of psychophysiological characteristics of young people and their greater susceptibility to bilingual simulacrams in the process of formation of migration attitudes.

Keywords: indigenization, migration attitudes, migration motivation, bilingual simulacrams, Overton window.

Введение

В условиях глобализации владение несколькими из распространенных в конкретном из субъектов федерации языков не только является преимуществом, позволяющим молодежи строить успешную карьеру благодаря политике индигенизации [1], но и все больше становится фактором, влияющим на миграцию молодежи с периферии в мегаполис (например, в г. Казань). Часть исследователей считает двуязычных жителей городов и сел фактором, способствующим «утечке мозгов» в Казань, тогда как другие ученые убеждены, что мигрируют в мегаполис прежде всего русскоязычные монолингвы.

Молодежь, формировавшаяся в период суверенизации Татарстана и иных республик РФ, в отличие от зрелого поколения (поколения «застоя»), как правило, способна изъясняться на русском и татарском языках или хотя бы понимать их. Это касается и периферийных населенных пунктов республики, и ее столицы. Целесообразно выяснить, кто в большей степени склонен к миграции: билингвы или русскоязычные монолингвы. Рост масштабов миграции молодежи и отсутствие специальных исследований влияния на нее языкового фактора подтверждают актуальность обращения к заявленной теме. В социологии миграцию и билингвизм рассматривают с использованием двух основных парадигм. В рамках неопозитивизма названные феномены трактуются как следствие выбора, осуществляемого человеком на основе принадлежности к тому или иному институту, социальной группе и в зависимости от исторических традиций и материальных факторов — это относится как к переезду в мегаполис (Э. Ли, У. Томас и Ф. Знанецкий, М. Тодаро) [2–4], так и к замене одноязычия двуязычием (С. Ибен и М. Деклерк, А. Марини, Н. Елисеева, Ф. Фаббро, О.А. Максимова, В.А. Беляев, А. Сампедро, Дж. Пена, С. Суррэйи, Г. Люк, Л.В. Ефременко, К.В. Салдаева, Н.Г. Ферсман, М.П. Агафонова) [5–13]. Вместе с тем такой подход, позволяющий выделить массовидные тенденции в миграции и в овладении двумя и более языками, характеризуется определенным фатализмом, жестко детерминируя социальное поведение и практики отдельных людей, лишая их свободы воли и игнорируя личностные мотивации.

В русле неопозитивистского (гуманитаристского) подхода, отрицающего основные постулаты неопозитивизма и обосновывающего специфику социума и методов его исследования, рассматриваются конкретные мотивы выбора местожительства и языка, субъективные и идеальные факторы такого выбора (Д. Гурак и Ф. Касес, Г. Лоури, П. Бурдые, Д. Массей, С. Стоффер и другие) [14–18]. Этот подход включает в себя и концепцию «симулякра» (Ж. Бодрийяр, И.В. Полозова) [19; 20], на основе которой можно прийти к заключению о том, что среди названных факторов и мотивов в головах молодых людей растет роль воображаемых и навязанных образов мегаполиса. Создание качественно дифференцированных имиджей мегаполиса в сознании молодежи во многом определяется тем, на каком языке этот процесс происходит, что повышает значимость двуязычия как фактора миграции молодых людей.

Материалы и методы

Формирование новых образов мегаполиса в национальных республиках, будто бы присущего ему расцвета двуязычия довольно быстро (по историческим меркам) приводит к появлению новых мотивов в поселенческих диспозициях молодых людей, живущих в средних городах. Такая эволюция образа мегаполиса подчиняется правилам «окон Овертона». В период бурного роста средних городов Татарстана, вызванного прежде всего открытием нефтяных месторождений и связанного с этим энтузиазма, сама мысль о переезде из средних и даже больших городов в Казань явно была *радикальной и неприемлемой* для большинства молодых жителей Лениногорска, Бугульмы, Альметьевска и Азнакаево. Стабилизация численности средних и больших городов была вызвана не только удовлетворением

потребностей нефтяной отрасли в количестве работников, но и потребностью молодежи в росте уровня образования, которое можно было получить в мегаполисе. Это сделало идеи переезда в Казань *приемлемыми* для данной части молодежи в силу отсутствия филиалов основных вузов в средних городах в 1960–1970-х гг. *Разумными* ориентации молодежи на миграцию из средних городов в мегаполис стали в условиях «Перестройки», когда в Татарстане два основных языка были объявлены государственными и обязательными для изучения всеми школьниками, причем в равных объемах. Это, а также резкое увеличение числа татарских театров и пьес в Казани, часов теле- и радиовещания из Казани способствовало формированию серьезных симулякров двуязычия в мегаполисе и началу убывания молодежи в него из средних и крупных городов, развивающемуся по экспоненте. *Стандартной действующей нормой* подобная ориентация стала в 1990–2010-х гг. в силу развития Интернета и социальных сетей, закрепивших двуязычные симулякры в Казани в головах учащихся в средних и крупных городах.

Происходящая индигенизация управленческих кадров, образования и средств массовой информации в Республике Татарстан, как и во многих национальных республиках Российской Федерации, меняет тип и масштабы двуязычия [21]. В ряде казанских фирм и учреждений отбор персонала происходит по этническому и языковому принципу, что повышает значимость владения татарским языком, тогда как для поколения «застоя» это было не столь важным. Данная тенденция открывает новые перспективы для татароязычных, приехавших с периферии Республики Татарстан и, как правило, одинаково хорошо владеющих государственными языками республики.

Исходя из этих соображений, исследовательским коллективом при участии ряда авторов статьи в сентябре–ноябре 2017 года реализован полевой этап (в Республике Татарстан) комплексного социологического исследования с применением количественных методов. В этот массовый опрос попали 1 480 анкет, принятых к обработке, и осуществлен его анализ в 2018–2019-х гг. Кроме того, осуществлены репрезентативный онлайн-опрос молодежи Республики Татарстан ($n = 1\,241$ человек).

Результаты и обсуждение

Исследование показало, что вводимый с конца 1980-х гг. властями Республики Татарстан билингвизм оказывает воздействие на масштабы, мотивы и характер молодежной миграции в мегаполис. Если из поколения «застоя» установка на миграцию была характерна прежде всего для тех, кто говорил по-русски без акцента, то в настоящее время наличие татарского акцента, свидетельствующее от том, что человек мыслит и говорит на татарском языке, стало бонусом, позволяющим получить высокооплачиваемую работу, а иногда и пропустить ряд ступеней при подъеме по карьерной лестнице. Тем самым билингвизм стал каналом социального восхождения, своеобразным «социопрофессиональным лифтом».

Вместе с тем для многих татар с периферии значимое место в их мироощущении занимает наличие привычной для них культурной и бытовой среды. На первый взгляд, Казань являет собой паттерн билингвизма. На двух языках транслируются объявления в транспорте и магазинах, вывешены вывески на всех учреждениях, компаниях и остановках общественного транспорта. Татарский язык свободно звучит в речи горожан. До 2018 года все дети изучали оба основных языка Республики Татарстан в школах и детских садах. Продолжают пользоваться популярностью татарские учреждения культуры (татарские театры (драматические, оперы и балета, театр юного зрителя), филармонии, татароязычные направления в вузах и иных заведениях образования и религиозные институты).

В то же время показательна дифференциация владения русским языком по поколениям опрошенных. Если люди молодого и зрелого возраста почти поголовно владеют русским языком (от 97,9 % у юных, кому не более 24 лет, до 96,6 % у 45–54-летних), то в старшем поколении (свыше 55 лет) осталось некоторое число людей, так и не овладевших русским языком (6,1–6,5 %). Ограничивается знанием только разговорного русского незначительная

доля респондентов, причем больше среднего возраста, чем среди юных или пожилых. Больше всего среди испытывающих затруднения с русским языком 35–44-летних респондентов (1,9 %) и среди опрошенных старше 65 лет (2,3 %).

Все это формирует убежденность части молодежи из татарских сел и городов в больших возможностях для самореализации в сфере культуры и межличностных отношений в мегаполисе. В то же время многие татары и русские, недовольные уравниванием числа часов на изучение татарского и русского языков, существовавшим в школах до 2018 года, в дальнейшем вовсе отказались от уроков татарского. Большинство частных фирм оставляет свои вывески только на русском, а татароязычные учреждения культуры имеют ограниченный сегмент аудитории и тем самым невысокую функциональность [22; 23]. Вне учреждений государственной власти и аффилированных с ней фирм и банков твердо убежденные носители татарского языка самостоятельно сегрегируются (однако, не образуя внутригородские гетто — ни жилищно-пространственные, ни семейные, ни иные). В результате татарский язык в интерперсональном общении (в семьях, магазинах, на работе) в Казани используется гораздо более ограниченно, чем в татароязычных деревнях и городах, возвращаясь к статусу языка только гуманитарной интеллигенции и мигрантов из сел. Тем самым уверенность провинциальной молодежи в более широких культурных возможностях мегаполиса для татар во многом становится симулякром, который создается и поддерживается средствами массовой информации и Интернетом. Относительно свободного владения русским языком место жительства на деле не имеет существенного значения. Согласно нашему опросу, по Республике Татарстан в целом показатель свободного владения названным языком равен 98,5 %; а 1,2 % опрошенных — это те, кто говорит, но с затруднениями, 0,1 % — понимает, но не говорит; 0,2 % — не владеют этим языком.

В Лениногорске как типичном среднем городе Республики Татарстан немного больше тех, кто считает своим родным языком татарский (38,5 %), по Республике Татарстан этот показатель составляет 36,7 %. При этом, удельный вес опрошенных, назвавших родным русский язык по Республике Татарстан и Лениногорску, различается больше (57,2 % vs 51,6 %). Важно с позиции реального двуязычия то, что в Лениногорске больше доля людей, считающих оба основных языка родными для себя (7,4 % vs 4,9 %). В виртуализирующемся социальном пространстве современной России значение симулякром мегаполиса для молодежи растет: если большие возможности Казани в выборе мест труда, построения карьеры при опоре на татарский язык и в меню мест «культурного отдыха» (на любом из языков) реальны и несомненны, то во многом симуляционные возможности татарского языка в сфере культуры и быта все еще подвигают молодежь к переезду в мегаполис (таблица 1), тем самым подтверждая теорему У. Томаса.

Таблица 1. Численность населения основных городов Республики Татарстан [22]

Город	Год		
	1990	2000	2019
Крупнейшие			
Казань	1 094 000	1 101 000	1 251 969
Крупные			
Набережные Челны	511 000	514 700	533 907
Большие			
Нижнекамск	195 000	223 400	238 879
Альметьевск	131 000	140 700	157 310
Зеленодольск	97 000	100 200	99 743
Средние			
Бугульма	89 589	93 700	83 536
Елабуга	53 537	67 500	73 913
Лениногорск	64 100	68 100	61 974
Чистополь	65 468	66 600	59 816

Очевидно, что молодежь активно мигрирует из средних городов в Казань и принятию решения способствуют мотивы как профессионального, так и культурно-бытового толка. Поэтому Казань растет непрерывно, а средние города теряют свое население (прежде всего, молодое), свой статус и перспективы, переходя в разряд малых городов.

Данные статистики подтверждаются и материалами наших опросов. Старшеклассники в средних городах стоят перед выбором того, где им жить. Можно сказать, что для тех, кто выбирает Казань и иные города Республики Татарстан, значимую роль играет и языковой фактор, наличие билингвизма в Казани. Так, по опросу старшеклассников (массовый опрос молодежи 9–11 классов города Лениногорска Республики Татарстан по репрезентативной квотной выборке (n = 300 респондентов, 2016 год)) в Лениногорске наиболее предпочтительным городом для миграции является Казань (это решение более половины опрошенных — 53,3 %); Для тех же, кто выбирает Москву, Санкт-Петербург и подобные им города, языковой фактор не становится мотивом для переезда: Санкт-Петербург (предпочли 15,7 %), Москва (11,3 %) и Самара (11,0 %); Уфу выбрали 2,0 % респондентов, Набережные Челны — 1,7 %, Альметьевск — 1,7 %, Нижнекамск — 1,3 %.

Далее респондентам был задан вопрос «Планируете ли Вы остаться в городе Лениногорск?», на который большинство опрошенных ответили «Нет» (79,0 %). Только 16,0 % планируют остаться в своем городе, 5,0 % выбрали вариант ответа «Другое». Тем самым анализ этих данных дает возможность считать, что среди молодежи средних городов сохраняется устойчивая тенденция миграции в мегаполисы.

Таким образом, стабильных жителей среднего города среди молодых жителей Лениногорска (сюда относятся как те, чьи интересы завязаны на сугубо местные дела и не стремящиеся к восходящей социальной мобильности, так и «нашедшие себя», то есть обнаружившие шансы на профессиональную карьеру в родном городе) не так много — согласно нашему опросу, их 16 %.

Доля неустойчивых по своим мотивам молодых людей, не определившихся с переездом, составил 5,0 %. Потенциально возвратных мигрантов, то есть тех, кто намерен, отучившись в мегаполисе, вернуться в родной город, — 15,7 %. Потенциально безвозвратных мигрантов, тех, кто собирается уехать жить, работать или учиться без намерения вернуться, — 79,0 %, причем у большинства такое решение является твердым и на сегодняшний день окончательным.

В то же время надо отметить, что любые симулякры имеют свойство разрушаться при долговременном столкновении с реальностью, что порождает и обратный поток части молодых людей, приехавших из средних городов в Казань и возвращающихся впоследствии на малую родину.

Выводы

Большие возможности Казани в плане культурного потребления, в сравнении с населенными пунктами, где нет театров и других учреждений татарской культуры, являются реальностью, но при компаративном анализе городов, где есть татарские театры, ресурсы татарской культуры в Казани во многом являются симулякром в силу преобладания русскоязычной среды. Вместе с тем знание двух основных языков Республики Татарстан стало как следствием, так и причиной непрерывной индигенизации и каналом восходящей социальной мобильности на основной работе. Поэтому анализ масштабов, характера и мотивации молодежной миграции в мегаполис требует разведения профессиональной и культурной потребности в двуязычии и детального изучения языковой структуры в разных населенных пунктах: в русскоязычных, двуязычных и татароязычных.

Материальные факторы миграции первичны и определяют миграционное поведение, но для молодых людей, более склонных к перемене мест и зависимых от симулякров мегаполиса, формируемых социальными сетями, включая надуманные «решения» проблемы

билингвизма в нем, часто субъективные факторы формируют установки на миграцию. Вместе с тем в современных условиях симулякры мегаполиса, побуждающие молодежь средних городов к переезду, в дальнейшем все чаще приводят к разочарованию мигрантов и возврату на малую родину.

Авторы данной статьи обосновывают тезис о том, что на оценку функций и масштабов развития двуязычия в Республике Татарстан воздействует общегосударственная и республиканская идентификация респондентов. В то же время проведенный опрос позволил считать индикатором общероссийской идентичности отношение к событиям вокруг Крыма. Дело в том, что во время «Русской весны» 2014 года произошел определенный реванш русских, считавших себя в период индигенизации кадров ущемленной категорией. Важным маркером ирредентизма русских стало само отношение к присоединению Крыма. К примеру, «Безусловно положительно» и «Скорее положительно, чем отрицательно» относятся к данному факту 44,6 % и 34,2 % респондентов соответственно (50,4 % и 29,6 % русских, 39,2 % и 38,5 % татар, в той же последовательности). «Скорее отрицательно, чем положительно» и «Безусловно отрицательно» к данному процессу относятся, соответственно, 4,4 % и 2,3 % от всего массива опрошенных. Заметно наличие прямо пропорциональной зависимости категорически положительных ответов с повышением возраста опрошенных: от 33,3 % среди юных до 62,3 % у пожилых. В целом, мы видим сохранение подъема русского этнического самосознания через пять лет после «Русской весны» и, скорее всего, этот реверсивный процесс будет стабильным. Этногосударственная идентификация сказывается и на оценке России, тем более, что в Татарстане популярно суждение о связи политического режима и государственного устройства страны, то есть федеративное устройство считается неотъемлемой частью демократии. Так, на вопрос «Как Вы полагаете, можно ли назвать нынешнюю Россию демократической страной?» ответили «Безусловно да» всего 10,9 % респондентов (10,6 % русских, 11,2 % татар), «Скорее да» — 31,4 % (33,9 % русских, 29,0 % татар), «Скорее нет» — 23,7 % (25,0 % русских, 22,5 % татар) «Безусловно нет» — 8,9 % (7,9 % русских, 9,9 % татар). Относительное большинство респондентов склоняется к признанию наличия демократии в России в той или иной степени. При этом доля таковых повышается пропорционально возрасту опрошенных. Данные о названных видах идентификации респондентов коррелируются с оценкой роли татарского языка в Республике Татарстан с утверждением о необходимости его изучения и мало различаются по типам поселений. Поэтому вопросы ирредентизма и федерализма не являются фактором, способствующим миграции.

Таким образом, можно утверждать, что изучение положения с билингвизмом среди молодежи мегаполиса и среднего города в Республике Татарстан показало, что в одних отношениях (профессиональных) билингвизм становится реальным фактором, мотивирующим часть молодежи на миграцию в мегаполис. В других отношениях (прежде всего, культурных и бытовых), знание двух языков как преимущество, дающее дополнительные бонусы в мегаполисе, является симулякром и в ряде случаев способно привести к фрустрации через некоторое время после переезда в Казань. Спускающаяся по этажам индигенизация власти и управления, аффилированного с властями бизнеса, промышленных предприятий, учреждений сферы обслуживания, торговли и медицины, институтов дошкольного, школьного и высшего образования, науки и культуры становится притягательным маяком для переезда в мегаполис двуязычной молодежи из средних городов Татарстана. Вместе с тем весьма амбивалентна роль билингвальных симулякров в процессе выбора местожительства молодыми людьми. Растет коллизия между реальными профессиональными возможностями для карьеры и выбором места работы в мегаполисе в случае владения двумя основными языками в Республике Татарстан с одной стороны, и неустойчивыми симуляционными возможностями мифов в решении проблем двуязычия в мегаполисе, с другой. Опросы показывают довольно четкую дифференциацию

поселенческих диспозиций молодежи среднего города. Можно выделить три основных диспозиции: *преобладающая* — установки большинства старшеклассников средних городов на переезд в мегаполисы (большая часть двуязычных в Казань, сугубо русскоязычных — в Москву, Санкт-Петербург или за границу); *«бюргерская»* — стабильная ориентация части молодых людей на проживание в родном городе (к этой категории относятся как, двуязычные, так и русскоязычные); *реверсивная* — заставляющая отдельных юношей и девушек возвращаться на малую родину (в силу разочарования в симулякрах мегаполиса, включая билингвизм в культурно-бытовой сфере, разрушающихся под воздействием глобализации). В то же время опрос молодежи Республики Татарстан, Казани и средних городов выявил важную роль психофизиологических особенностей молодежи и их большую подверженность билингвальным симулякрам в процессе формирования миграционных установок.

Благодарности

Статья подготовлена при финансовой поддержке Российского Фонда фундаментальных исследований и Правительства Республики Татарстан в рамках проекта № 18-411-160011 «Социальные и информационно-сетевые аспекты трансформации политики билингвизма в Республике Татарстан в контексте поддержания этнической толерантности населения».

Библиографический список

- [1] Беляев В.А., Ахметшина А.А. Генерационная специфика языковой и этногосударственной политики в полиэтническом обществе // Социальное время. – 2019. – Вып. 1, № 17. – С. 18–25.
- [2] Lee E. A Theory of migration // Demography. – 1966. – № 3. – P. 47–57.
- [3] Thomas W., Znaniecki F. The Polish peasant in Europe and America. New York: Alfred A. Knopf, 1958. – 741 p.
- [4] Todaro M. Internal migration in developing countries: a survey // Population and Economic Change in Developing Countries. – 1980. – No 6. – P. 361–402.
- [5] Romanowski P., Jedinak M. Current research in bilingualism and bilingual education. multilingual education. Warsaw: Springer, 2018. – 241 p.
- [6] Eben C., Declerck M. Conflict monitoring in bilingual language comprehension? Evidence from a bilingual flanker task // Language Cognition and Neuroscience. – 2019. – Vol. 3, № 34. – P. 320–325.
- [7] Marini A., Eliseeva N., Fabbro F. Impact of early second-language acquisition on the development of first language and verbal short-term and working memory // International Journal of Bilingual Education and Bilingualism. – 2019. – Vol. 2, № 22. – P. 165–176.
- [8] Maximova O.A., Belyaev V.A. Generational indigenation in a multi- ethnic and -religious society. – Tatarstan: Opcion, 2017. – P. 33–84, 38–64.
- [9] Sampedro A., Pena J. The effect of bilingualism level on creative performance during preadolescent period // Spanish Journal of Psychology. – 2019. – Vol. 12, No 22. – P. 13–18.
- [10] Surraín S., Luk G. Describing bilinguals: A systematic review of labels and descriptions used in the literature between 2005–2015 // Bilingualism-language and cognition. – 2019. – Vol. 2, № 22. – P. 401–415.
- [11] Ефременко Л.В. Изучение билингвизма на современном этапе и особенности детского билингвизма // Вестник Костромского государственного университета. Педагогика. Психология. Социокинетика. – 2018. – № 3. – С. 178–180.
- [12] Салдаева К.В. Основные подходы к пониманию термина «билингвизм» в современной науке // Современные исследования. – 2018. – Вып. 7, № 11. – С. 50–52.
- [13] Ферсман Н.Г., Агафонова М.П. Билингвизм как феномен межкультурной коммуникации // Kant. – 2018. – Вып. 4, № 29. – С. 89–96.

- [14] Gurak D., Caces F. Migration networks and the shaping of migration systems // *International Migration Systems*. – 1992. – № 3. – P. 150–176.
- [15] Loury G. A dynamic theory of racial income differences // *Women, Minorities, and Employment Discrimination*. – 1977. – No 8. – P. 153–186.
- [16] Bourdieu P. *Handbook of theory and research for the sociology of education. The forms of capital*. – New York: Greenwood Press, 1986. – P. 241–258.
- [17] Palloni A., Massey D. Social capital and international migration: a test using information on family networks // *The American Journal of Sociology*. – 2001. – No 106. – P. 1262–1298.
- [18] Stouffer S. Intervening Opportunities: A Theory Relating Mobility and Distance // *American Sociological Review*. – 1940. – No 5. – P. 845–867.
- [19] Baudrillard J. *Simulacreset simulation*. – French: Editions Galilee, 1981. – 236 p.
- [20] Полозова И.В. Симулякр. Энциклопедия эпистемологии и философии науки. – Москва: Канон+, 2009. – 860 с.
- [21] Maximova O.A., Belyaev V.A. Generational indigenization in a multi-ethnic and religious society. – Tatarstan: Opcion, 2017. – P. 38–64.
- [22] Maximova O., Belyaev V., Laukart-Gorbacheva O. Transformation of the system of bilingual education in the Republic of Tatarstan: crossover ethnolinguistic controversies // *Journal of Social Studies Education Research*. – 2017. – Vol. 8, No 2. – P. 15–38.
- [23] Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Республике Татарстан [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://tatstat.gks.ru/> (дата обращения: 11.08.2019).

References

- [1] Belyaev, V.A., & Akhmetshina, A.A. (2019). Generation specificity of language and ethnical state policy in a poliethnic society. *Sociotime*, 1 (17), 18–25.
- [2] Lee, E. (1966). A theory of migration. *Demography*, 3, 47–57.
- [3] Thomas, W., & Znaniecki, F. (1958). *The Polish peasant in Europe and America*. New York: Alfred A. Knopf.
- [4] Todaro, M. (1980). Internal migration in developing countries: a survey. *Population and Economic Change in Developing Countries*, 6, 361–402.
- [5] Romanowski, P., & Jedinak, M. (2018). *Current research in bilingualism and bilingual education. Multilingual education*. Warsaw: Springer.
- [6] Eben, C., & Declerck, M. (2019). Conflict monitoring in bilingual language comprehension? Evidence from a bilingual flanker task. *Language Cognition and Neuroscience*, 3(34), 320–325.
- [7] Marini, A., Eliseeva, N., & Fabbro, F. (2019). Impact of early second-language acquisition on the development of first language and verbal short-term and working memory. *International Journal of Bilingual Education and Bilingualism*, 2 (22), 165–176.
- [8] Maximova, O.A., & Belyaev, V.A. (2017). *Generational indigenation in a multi- ethnic and - religious society*. Tatarstan: Opcion.
- [9] Sampedro, A., & Pena, J. (2019). The effect of bilingualism level on creative performance during preadolescent period. *Spanish Journal of Psychology*, 12 (22), 13–18.
- [10] Surraín, S., & Luk, G. (2019). Describing bilinguals: A systematic review of labels and descriptions used in the literature between 2005–2015. *Bilingualism-Language and Cognition*, 2 (22), 401–415.
- [11] Efremenko, L.V. (2018). The study of bilingualism at the present stage and the features of children's bilingualism. *Bulletin of the Kostroma State University. Series Pedagogy. Psychology. Sociokinetics*, 4, 178–180.
- [12] Saldaeva, K.V. (2018). The main approaches to understanding the term "bilingualism" in modern science. *Modern Studies*, 7 (11), 50–52.

- [13] Fersman, N.G., Agafonova, M.P. (2018). Bilingualism as a phenomenon of intercultural communication. *Kant*, 29, 89–96.
- [14] Gurak, D., Caces F. Migration networks and the shaping of migration systems. *International Migration Systems*, 3, 150–176.
- [15] Loury, G. (1977). A dynamic theory of racial income differences. *Women, Minorities, and Employment Discrimination*, 8, 153–186
- [16] Bourdieu, P. (1986). *Handbook of theory and research for the sociology of education. The forms of capital*. New York: Greenwood Press.
- [17] Palloni, A., & Massey, D. (2001). Social capital and international migration: a test using information on family networks. *The American Journal of Sociology*, 106, 1262–1298.
- [18] Stouffer, S. (1940). Intervening opportunities: a theory relating mobility and distance. *American Sociological Review*, 5, 845–867.
- [19] Baudrillard, J. (1981). *Simulacreset simulation*. French: Editions Galilee.
- [20] Polozova, I.V. (2009). *Simulyakr. Encyclopedia of epistemology and philosophy of science*. Moscow: Kanon +.
- [21] Maximova, O.A., & Belyaev, V.A. (2017). *Generational indigenization in a multi-ethnic and -religious society*. Tatarstan: Opcion.
- [22] Maximova, O., Belyaev, V., & Laukart-Gorbacheva, O. (2017). Transformation of the system of bilingual education in the Republic of Tatarstan: crossover ethnolinguistic controversies. *Journal of Social Studies Education Research*, 8, 15–38.
- [23] *Territorial authority of the Federal state statistics service for the Republic of Tatarstan*. Retrieved from <http://tatstat.gks.ru/>

Получена / Submitted: 23/09/2019

Доработана / Revised: 31/10/2019

Принята к публикации / Accepted: 20/11/2019

УДК 316.48

СОЦИАЛЬНЫЙ КОНФЛИКТ: ДИАГНОСТИКА, ПРИЧИНЫ, УПРАВЛЕНИЕ

Наталия Викторовна Омелаенко¹

¹*Кафедра иностранных языков, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация*

Аннотация. В данной статье рассматривается одна из актуальных проблем в обществе — социальный конфликт. Этот тип конфликта может развиваться как на уровне взаимодействия двух субъектов, так и больших, и малых групп. Социальные конфликты могут быть обусловлены культурными и индивидуальными различиями социальных групп, природными, экономическими, политическими, историческими, этническими и конфессиональными факторами. Цель научного исследования — проанализировать основные типы и функции, стадии развития социального конфликта, методы его диагностики и управления. Методологической основой исследования являются работы отечественных и зарубежных авторов, которые рассматривают конфликт как социальное явление, которое охватывает и влияет на все сферы общества. Диагностика социального конфликта предполагает анализ социального конфликта по ряду параметров: определение состава участников конфликта и их ролей; фиксация зоны конфликта; выявление предмета конфликта; выяснение ресурсов конфликта и их баланса сил; определение типа конфликта; выявление повода конфликта и его первопричин; изучение интересов и целей участников конфликта. Ответы на эти вопросы помогут определить причины конфликтов и найти способы их урегулирования. Наиболее эффективным методом разрешения всех конфликтов является их регулирование, благодаря которому они не исчезают, но их можно контролировать и направлять их творческую силу на развитие социальных структур общества. В ходе исследовательского процесса использовались общенаучные методы: анализ, синтез, сравнение и обобщение.

Ключевые слова: социальные группы, субъект, функции, факторы, отношения.

Social Conflict: Diagnostics, Reasons, Management of Conflict

Natalia V. Omelaenko¹

¹*Department of Foreign Languages, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation*

Abstract. This article discusses one of the most urgent problems in society — social conflict. This type of conflict develops both at the level of interaction of two subjects, and large or small groups. Social conflicts may exist due to cultural and individual differences of social groups, social, natural, economic, political, historical, ethnic and confessional factors. The purpose of scientific research is to analyze the main types and functions, stages of development of social conflict, methods of its diagnosis and management. The methodological basis of the research is the work of domestic and foreign authors who consider conflict as a social phenomenon that covers and influences all spheres of modern society. Diagnosis of social conflict involves the analysis of social conflict on a number of parameters: determining the composition of the parties to the conflict and their roles; fixing the conflict zone; identifying the subject of the conflict; finding out the conflict resources and their balance of power; definition of the type of conflict; identifying the reason of the conflict and its origin; studying the interests and goals of the parties to the conflict. Answers to these questions will help to determine the causes of conflicts and find ways to resolve them. The most effective method of resolving all conflicts is to regulate them. They will not disappear, but they can be controlled, and their creative force will be directed to the development of the social structures of society. General scientific methods are used — analysis, synthesis, comparison, and generalization in the course of the research process.

Keywords: social groups, subject, functions, factors, relationships.

Введение

Конфликты всегда будут сопровождать человечество, поскольку люди и социальные группы постоянно взаимодействуют друг с другом, и не всегда многие вопросы решаются мирным путем. Поэтому для предотвращения и разрешения конфликтных ситуаций необходимо изучать конфликтогенные факторы, причины и, самое главное, способы управления конфликтами. Несмотря на многочисленные исследования социального конфликта, многие локальные и межэтнические конфликты продолжаются, хотя предложено и сделано немало попыток их урегулирования. Исследование социального конфликта необходимо, прежде всего, начать с уточнения содержания этой категории. Для этого рассмотрим несколько определений социального конфликта.

Конфликт — это разрыв и прекращение социальной связи между социальными объектами, основным признаком конфликта является возникающее на одной или на обеих сторонах возмущение вследствие нарушения императивных норм [1].

Социальный конфликт — это борьба социальных общностей с противоположными интересами за доминирующие социальные статусы в общественной системе, построенной по иерархическому принципу [2].

Социальный конфликт — это процесс противодействия социальных субъектов, который направлен на разрешение противоречий в их интересах и целях. Основным методологическим положением в анализе социальных конфликтов является положение о его неизбежности в социальных взаимоотношениях в обществе. Основными компонентами социального конфликта являются наличие двух или более сторон, ведение сторонами противодействия, оценка противодействия сторон внешним наблюдателем [3].

Социальный конфликт — это социальное противоречие на стадии его реального разрешения вовлеченными в него субъектами [4].

Основной чертой социального конфликта является то, что он характерен для всех социальных групп. Социальный конфликт обусловлен статусно-ролевым положением личности и групп в системе политических, экономических и социально-культурных отношений в обществе. Социальный конфликт является результатом поведения, общения и деятельности социального взаимодействия отдельной личности и социальных групп, а также социальных структур и организаций [5; 6].

Таким образом, изучив определения социального конфликта, можно сделать следующий вывод. В настоящее время предложены разные определения социального конфликта, что доказывает, что в научных кругах нет единого мнения по этому вопросу. За основу исследования можно принять следующую трактовку: социальный конфликт — это борьба за свои идеи и интересы, результатом которой является решение противоречий мирным или насильственным путем.

Материалы и методы

Методологической основой для изучения теории конфликта в нашей стране стали работы зарубежных исследователей Г. Зиммеля, Л. Козера, Р. Дарендорфа, С. Хантингтона [7–11]. Они оказали большое внимание на развитие и формирование социологии конфликта в нашей стране.

Всю историю становления социологии конфликта в России можно разделить на четыре этапа. Первый (ранний) этап: 60-е годы XIX века — 1917 год; второй этап: 1917–1961 гг.; третий этап: 1961 — начало 90-х годов XX века; четвертый этап: с начала 90-х годов XX века по настоящее время. Первые три этапа можно условно объединить в прединституциональный период российской социологии конфликта (середина XIX века — 1991 год XX века). Период институционализации российской социологии конфликта начался в 1991 году. В это время произошел распад СССР, и проходили реформы в социально-экономической, политической и духовной сферах общества. Они оказали влияние на

формирование и становление отраслевых социологий конфликта. Современный этап исторического развития России обусловил становление социологии конфликта как науки. Благодаря этому получили свое развитие отраслевые сферы социологии конфликта, которые используют свой универсальный понятийно-категориальный аппарат.

Первый (ранний) этап связан с именами Я.Л. Юделевского (1910), П.А. Сорокина (1913) и А.С. Звоницкой (1914), которые создали теоретические основы социологического знания о социальных конфликтах. Впервые в отечественной социологии были обоснованы социальная природа конфликтного взаимодействия, разработаны основы социологии конфликта, рассмотрены черты, признаки и характеристики социальных конфликтов. Были выявлены причины, порождающие конфликты, их функциональность, динамические характеристики, последствия конфликтного взаимодействия, изучены пути и способы разрешения и завершения социальных конфликтов. Второй этап российской социологии конфликта характеризуется тем, что основной господствующей теорией конфликта была теория классовой борьбы К. Маркса. В эти годы проявлялись негативное отношение к научному дореволюционному наследию, нетерпимость к инакомыслию, а высылка в эмиграцию интеллигенции из страны привела к забвению многих достижений в области социальных конфликтов. В это время были запрещены исследования по проблематике социальных конфликтов. В 1961 году и в начале 90-х годов XX века разрабатываются основы науки о конфликтном взаимодействии социальных субъектов. Особая заслуга принадлежит ученым-практикам, которые научно обосновали и предложили свои рекомендации предупреждения и урегулирования различных конфликтов: производственных (трудовых) и межличностных. Четвертый этап становления отечественной социологии конфликта начинается с начала 90-х годов XX века. В это время в стране проходили реформы, поэтому возникла острая необходимость в изучении конфликта и возможностей управления им.

В настоящее время активно развиваются социология политического и экономического конфликта, социология педагогического конфликта, социология межнациональных конфликтов и другие. Основной задачей отраслевых социологий конфликта является разработка рекомендаций, которые помогут урегулировать конфликты и управлять ими [1].

Большой вклад в изучении социального конфликта внесли А. Звоницкая, Д. Зеркин, А. Здравомыслов, В. Нагайцев, Г. Осипов, С. Прошанов, Е. Соломатина, П. Сорокин, Е. Степанов, В. Шейнов и другие. Они исследовали типы и функции конфликтов, причины, порождающие конфликты, предлагали способы диагностики и управления конфликтами. Изучив работы зарубежных исследователей по данной тематике, можно выделить следующие направления: межэтнические и этноконфессиональные конфликты, диагностика и управление социальными конфликтами в разных отраслях промышленности, межгрупповые конфликты и стратегии разрешения конфликтов. В работе Р. Гарагозова и Р. Гадировой предложен нарративный (повествовательный) подход для решения межэтнических конфликтов. Он предполагает набор действий, которые могут уменьшить негативные эмоции, и способствует примирению между участниками конфликта [12].

Целью исследования Н. Отпенова, К. Смагулова и других является аналитическое описание особенностей этноконфессиональных конфликтов в Республике Казахстан. По результатам исследования авторы пришли к выводу, что религия и этнос являются социальными явлениями и находятся в очень сложных отношениях друг с другом. Их характер отношений зависит от конкретных исторических условий. Эти отношения могут быть как фактором интеграции, так и распада этноса, а религия всегда подчинена этническому процессу. Поскольку религии могут проявлять себя только в этнических формах, которые соответствуют этнической идентичности [13].

Методы решения конфликтов в разных областях жизни разрабатываются учеными во всем мире. Так, например, Ц. Саенц предлагает свои инструменты для диагностики социальных конфликтов в горнодобывающей промышленности Перу. Ц. Саенц отмечает,

что, к большому сожалению, сегодня нет интегрированного инструмента, объединяющего все типы социальных конфликтов и лучшие практики для их преодоления [14]. Исследованием межгрупповых конфликтов занимались Н. Галеви и Т. Коэн. Они отметили распространенность межгрупповых конфликтов. Ученые уверены, что этот тип конфликтов можно разрешить, если ответить на следующие вопросы. Каковы причины проявления вражды людей во время публичных демонстраций? Как моральные мотивы формируют индивидуальное поведение в межгрупповом конфликте? Как влияют межгрупповые процессы на конфликт? Как глобальные вызовы будут формировать межгрупповые конфликты в XXI веке? [15]. Деструктивное и антиобщественное поведение израильской и палестинской молодежи анализировали Е. Дубов, Л. Гусманн и другие. Исследователи выяснили, что физическая агрессия, участие в демонстрациях молодежи тесно связаны с постоянным воздействием этнического и политического насилия в прошлом [16].

Сделав обзор литературы по проблеме социальных конфликтов отечественных и зарубежных авторов, можно сделать следующие выводы. Представляется, что за основу исследования можно взять тезис, что социальный конфликт представляет собой противоречие, возникшее между двумя и более взаимодействующими субъектами, которое может быть разрешено. К сожалению, необходимо признать, что нет единого способа решения социальных конфликтов и даже те, которые предложены и использованы, не всегда являются эффективными. Возможно, что нет универсального метода решения конфликтов, поскольку разные типы социальных конфликтов требуют особых, специальных подходов.

Всё это предопределяет актуальность исследования теоретических аспектов социального конфликта как социального феномена. Исходя из вышесказанного, автор поставил следующие задачи:

- рассмотреть виды и функции социальных конфликтов;
- изучить основные этапы диагностики конфликтов;
- выявить основные причины социальных конфликтов;
- обобщить основные методы разрешения конфликтов.

Результаты и обсуждение

Одним из крупнейших представителей отечественной социологии конфликта раннего периода была А. Звоницкая (1897–1942). Она внесла значительный вклад в формирование основных понятий и категорий социального конфликта. А. Звоницкая утверждала, что социальные конфликты всегда сопровождали человечество и все области социальной жизни могут подвергаться социальным потрясениям. Она выделила различные виды социальных конфликтов: внутриличностные, между двумя индивидами, между личностью и обществом, между двумя группами, внутригрупповые. Основной причиной межиндивидуальных конфликтов являются индивидуальные различия между двумя социальными личностями. Эти различия могут обостриться под влиянием конкретных условий, в которых развивается личность. Они оказывают влияние на поведение индивида, нарушая принятые в его среде императивные нормы. Это вызывает возмущение, которое и приводит к конфликту.

Рассматривая конфликт социальных групп, А. Звоницкая выделила его стадии: проявление проблемной ситуации, стадию кризиса и послекризисный период. Она определила роль эмоциональных переживаний конфликтующих сторон. Так, негативные эмоции влияют на поведение людей во время кризиса и определяют остроту конфликта. Анализируя функции социальных конфликтов, А. Звоницкая отмечает их воздействие на все сферы общества. Кризис, который разразился в одной области, ускоряет назревший процесс в других областях, и социальные конфликты, которые возникают на классовой и экономической основе, захватят также политическую и правовую сферы. Одной из заслуг исследователя является также обоснование особенностей внутригрупповых конфликтов. Чем

теснее группа, тем выше вероятность её внутреннего раскола, тем чаще возникают спорные вопросы, которые занимали до кризиса второстепенное место.

Кроме того, в социальной группе, где её члены тесно связаны друг с другом, социальный кризис протекает наиболее остро, вызывая взаимное раздражение и негодование. Однако проявление сильного внешнего кризиса укрепляет внутреннее единство социальных групп. Таким образом, А. Звоницкая отметила консолидирующую функцию социальных групп, которую выполняет социальный конфликт. Она была убеждена, что если противоречие, вызвавшее конфликт не разрешено, то конфликт рано или поздно вспыхнет вновь [1]. В современных исследованиях социального конфликта исследователи изучают сущность социального конфликта, основные типы и функции, стадии развития, методы его диагностики и управления.

По мнению Д. Зеркина, для анализа социального конфликта необходимо рассматривать интересы больших социальных групп к доступу к материальным и духовным благам и принятию связанных с ними решений. В качестве субъектов социального конфликта выступают крупные социальные общности — классы, нации и народности, общности, которые отличаются по социально-демографическим и профессиональным признакам. Д. Зеркин считает, что для того чтобы конфликт считался социальным, необходимо участие в борьбе больших социальных групп за общественные, значимые цели. Масштабность социального конфликта зависит от вида социальных общностей. Поэтому конфликты между государствами считают глобальными; между крупными социальными группами внутри страны — макроконфликтами, которые можно разделить на межклассовые, региональные и национальные; конфликты между отдельными группами местных обществ называют местными. Столкновения между местными институтами власти и, например, пенсионерами, многодетными семьями, для решения социальных вопросов относят к местным конфликтам [2].

Социальные конфликты можно диагностировать. Существует два этапа диагностики социальных конфликтов. Первый включает в себя описание конфликта как целостного явления, выявление его количественных и качественных характеристик, которые позволяют сделать анализ происходящего. Второй этап диагностического исследования предполагает изучение окружающей социальной среды конфликта. Специфика этого этапа состоит в том, что распознаются и фиксируются изменения в развитии всего социума в процессе конфликта.

Диагностируя социальный конфликт, необходимо удостовериться, что речь идет действительно о конфликте, а не о других похожих на него явлениях, например конкуренции, конкурсе, спортивной игре. Диагностику конфликта нужно начинать с анализа полного состава его участников, а не с выявления причин конфликта. Следует придерживаться равного отношения к сторонам конфликта, использовать современные методы и технологии конфликтологии. Не следует давать рекомендации как разрешить конфликт, пока не закончена его диагностика. Очень важно не навредить своими действиями сторонам конфликта.

Процесс диагностики конфликтов, согласно В.В. Нагайцеву, включает следующие исследовательские операции: определение состава участников конфликта и их ролей; фиксация зоны конфликта; выявление предмета конфликта; выяснение ресурсов конфликта и их баланса сил; определение типа конфликта; выявление повода конфликта и его первопричин; изучение интересов и целей участников конфликта; анализ конфликтных действий и форм поведения участников конфликта; характеристика психологического фона конфликта; выяснение установок сторон на результат конфликта; определение стадии развития, динамики и продолжительности конфликта; составление формулы конфликта и выбор наиболее приемлемого способа его разрешения. Следовательно, диагностика социального конфликта предполагает анализ определенного конфликта по ряду параметров.

Ответы на эти вопросы при проведении процедуры диагностики помогут определить причины конфликтов и найти способы их урегулирования [3]. Одним из наиболее известных исследователей социологии конфликта является А. Здравомыслов. В своей монографии «Социология конфликта» он рассмотрел четыре точки зрения на причины социальных конфликтов, предложенные К. Марксом, А. Гидденсом, П. Сорокиным, Р. Дарендорфом [4]. А. Здравомыслов указывает на то, что понятие «конфликт» чаще всего подводится под более широкую категорию — «противоречие». Однако, по его мнению, существует связь между конфликтом и противоречием. Э. Гидденс под конфликтом рассматривал борьбу между действующими людьми или группами независимо от истоков борьбы, способов и средств, которые использует каждая из сторон.

Социальные противоречия возникают из-за разного образа жизни людей, которые принадлежат к различным социальным группам и имеют разные шансы для своего развития и достижения целей. Но не все противоречия приводят к конфликтам. Для того чтобы противоречие переросло в конфликт, конфликтующие стороны должны осознать противоположные интересы и иметь высокую мотивацию для устранения этих противоречий. Вторая причина — это подавление базовых инстинктов большей частью населения и невозможность их удовлетворения. Такой подход представлен П. Сорокиным. К базовым инстинктам он относит пищеварительный рефлекс, инстинкт самосохранения, собственнический инстинкт масс, потребность в жилище и одежде, интерес к творческой работе, потребность в свободе и другое. Таким образом, неудовлетворение базовых инстинктов позволяет более подробно проанализировать причину социальных конфликтов. П. Сорокин утверждал, что неудовлетворенность потребностей и интересов является главным источником революции в обществе. Для ее предотвращения нужно пойти по пути реформ, отслеживать степень удовлетворения потребностей различных социальных групп и искать средства для удовлетворения этих потребностей.

Рассматривая поведение людей, П. Сорокин считал, что большое влияние на них оказывают такие факторы, как кары и награды. Человек совершает какие-либо поступки в соответствии со своими представлениями о выгоде или невыгоде, понимая все последующие последствия выполненных актов. Если какой-то поступок влечет за собой выгоду, удовольствие и счастье, то это влияет на психику человека и заставляет его совершить этот поступок. Напротив, нежелательные последствия того или иного поступка заставляют людей воздержаться от выполнения тех или иных действий. Кары и награды являются магической силой, которая влияет на психику человека, изменяют нравы, поведение, привычки и жизнь. Одной из причин конфликта является разное понимание у индивидов должного, рекомендованного и запрещенного. Различное понимание должных актов влечет за собой конфликт поведения и приводит к столкновению и борьбе. Если нормы должного поведения двух или большего числа различны, а также различны нормы поведения запрещенного и рекомендованного, то между этими лицами не может быть согласия, и возникнут конфликт и борьба друг с другом. Наличие конфликта — это симптом и диагностический признак того, что нормы поведения понимаются по-разному. В своем исследовании П. Сорокин уделял большое внимание, как и А.С. Звоницкая, проблеме внутригрупповых конфликтов.

Каждый человек, который живет в обществе, принадлежит к той или иной группе — к клану, роду, семье, государству, церкви. Эти группы представляют собой организации с определенным шаблоном поведения. Каждая группа существует и подчиняется определенным законам, нормам и правилам. Внутригрупповой конфликт происходит редко, но когда он возникает, то нарушается единство групп, и она может распасться на несколько отдельных групп. Каждая социальная группа всегда имеет в своей среде инакомыслящих членов, но не все они совершают поступки, которые не допускаются в обществе, поскольку на них оказывают давление кары и награды, которые приняты в данной социальной группе. Если бы их не было, то ничто бы не помешало инакомыслящим членам группы вести себя

вопреки существующим нормам морали, следовательно, не было бы бесконфликтного существования групп. Бесконфликтное существование членов группы возможно лишь благодаря действию мотивационного и дрессирующего влияния кар и наград. Таким образом, П. Сорокин пришел к выводу, что кары и награды играют большую роль в создании, сохранении и укреплении единства группы и способствуют подавлению борьбы внутри группы [17].

Теоретические положения П. Сорокина об основных формах общественного поведения и морали позволяют понять межличностные и межгрупповые взаимодействия и доказывают, что на этот процесс можно влиять. По мнению П. Сорокина, чем культурнее человек, тем большее значение в его поведении играют целевые соображения. Он имеет возможность заглянуть в будущее и просчитать все последствия тех или иных поступков. Причиной социальных конфликтов являются социальные притязания людей, которые определяются путем сравнения себя с другими. Наиболее важными являются не потребности сами по себе, а средства для их удовлетворения и доступ к определенным видам деятельности. Опыт советского общества показал, что стремление к всеобщему равенству привело к уравнительности, не вызвало стимулов для дальнейшего развития как в творческом, так и в профессиональном плане. А. Здравомыслов считает, что неравенство может иметь и положительные стороны, поскольку является источником состязательности и развивает жизненную энергию человека. Но если рассматривать неравенство как социальный конфликт, то оно приводит к мобилизации сил для социальных изменений в обществе, поэтому в природу социальных конфликтов включаются ресурсы, которые являются средствами для достижения целей. Ресурсы сосредоточены в руках власти, которая ими распоряжается. Таким образом, возникает конфликт между теми социальными группами, которые их имеют, и теми, которым доступ к ним закрыт. Четвертый подход, который рассматривает причину социальных конфликтов, — нормативно-ценностный. Его сторонники Э. Дюркгейм и Т. Парсонс определяли конфликт как несовпадение целей и интересов людей и социальных групп. Л. Крисберг писал, что социальный конфликт существует в том случае, если две или большее количество сторон убеждены в том, что цели их деятельности несовместимы [18].

Изучив основные причины социальных конфликтов, А. Здравомыслов пришел к выводу, что в основе всех теорий лежит природа интереса и способ его осознания субъектами, поэтому анализируя конфликт, необходимо учитывать интересы как побудители социальных действий. Несколько иная точка зрения о причинах конфликтов представлена в теории академика Г. Осипова. Согласно его мнению, в основу современной социальной реальности заложены четыре сферы: социальная сфера, техносфера, альбиосфера (сфера неживой природы) и биологическая сфера. Две первые сферы созданы человеком, его разумом, а две последние изменились настолько, что благодаря ему носят социальный характер. Так, например, некоторые действия людей, такие как выкачивание нефти и газа, парниковый эффект, привели к потеплению климата и трансформации альбиосферы. Если рассматривать техносферу, то можно отметить тот факт, что применение новых технологий может также нанести большой вред человечеству.

По мнению исследователя, отношение к органической и неорганической природе должно контролироваться, чтобы избежать конфликтов, которые могут возникнуть между этими сферами и человеком. Все четыре сферы социальной реальности тесно взаимосвязаны, и в настоящее время они находятся в конфликтных отношениях между собой. Поскольку эти сферы созданы человеком, без учета последствий тех или иных действий, человечеству может грозить самоуничтожение. Следовательно, необходимо регулировать, изменять социальную реальность, изучать действия человека, властных структур, системы управления обществом.

По мнению Г. Осипова, основные теоретики конфликта К. Маркс, Р. Дарендорф и Л. Козер абсолютизируют конфликты, считая, что они присущи человеческому обществу и

способствуют его развитию. Но общество не может развиваться только на основе конфликтов. Исследователь глубоко убежден, что все конфликты являются результатом действия людей, следовательно, для предотвращения конфликтов нужно изучать мотивы, цели и ценностные ориентации, а также социальные установки тех групп, которые создают конфликтные ситуации. Необходимо учитывать тот факт, что ситуации должны складываться в интересах человека и общества. Г. Осипов считает, что все конфликты и конфликтные ситуации существуют не как нечто данное обществу сверху, а как результат деятельности человека, в первую очередь властных структур, которые принимают социально значимые решения. Таким образом, существуют определенные противоречия между обществом и государственными структурами, которые должны выполнять волю общества. Эти противоречия приводят к возникновению конфликта. Для предупреждения конфликтов, ученый предлагает тщательно просчитывать последствия принимаемых законов [4].

Иную точку зрения высказывает Е. Степанов. Он утверждает, что бесконфликтного общественного бытия нет и не может быть, так как оно представляет непрерывный процесс возникновения разного рода конфликтов личностей и социальных групп. Исследователь подчеркивает конструктивную и позитивную роль конфликтов в общественном развитии. Конфликты по тем или иным причинам, по мнению Е. Степанова, — это нормальное явление общественной жизни. Конфликт предполагает поиск условий и форм, при которых можно придать столкновениям культурный, цивилизованный и гуманный характер. Исследователь предлагает изучать социальный конфликт с точки зрения субъектно-деятельностного подхода, который позволяет избежать его широкой трактовки. В этом случае на место одной из конфликтующих сторон ставят не действующих социальных субъектов, а социальные и природные факторы, такие как условия жизни, окружающую среду, цели, идеи и ценности.

Субъектно-деятельностный подход помогает избежать и узкого понимания конфликта, когда началом конфликта считают физическое столкновение субъектов, а это не учитывает их эмоциональные переживания и идейные расхождения, которые влияют на их последующие действия. Таким образом, поскольку субъекты конфликта вступают в противоборство между собой, для разрешения возникшего между ними противоборства, социальный конфликт можно определить как разрешаемое социальное противоречие [4].

Особенно значимыми в теории социального конфликта являются положения, касающиеся вопросов регулирования конфликтов. По мнению Р. Дарендорфа, подавление конфликта является самым неэффективным способом обращения с социальными конфликтами. Другой, малопродуктивной формой устранения конфликта является «отмена» конфликта. В её основе лежит устранение противоречий путем вмешательства в существующие структуры. Под «отменой» Р. Дарендорф понимает попытку в корне ликвидировать противоречия. В качестве примеров подавления конфликта, под видом их разрешения, приведены такие исторические события, как создание бесклассового общества и формирование единства народа. Они, как известно, закончились без положительного результата. Р. Дарендорф считал, что наиболее эффективным методом разрешения всех конфликтов является их регулирование, благодаря которому они не исчезают, но их можно контролировать и направлять их творческую силу на развитие социальных структур общества. Для успешного регулирования социального конфликта должны быть выполнены следующие условия. Участники конфликта должны признать наличие конфликта и существующие противоречия. Далее стороны конфликта должны согласиться на определенные правила и условия, в соответствии с которыми они желают разрешать свои конфликты. Эти правила не должны ущемлять интересы какой-либо другой стороны конфликта.

Р. Дарендорф предложил использовать последовательно ряд форм для регулирования конфликта. Первая форма — переговоры, которые включают создание органа для ведения переговоров между конфликтующими сторонами по темам, связанным с конфликтом. Для успешного ведения переговоров используется вторая форма регулирования конфликта —

посредничество — соглашение сторон выслушивать посредника и рассматривать его предложения. Третий шаг — арбитраж, определяет либо обращение к третьей стороне, либо в случае такого обращения решение для исполнения является обязательным. Четвертый шаг включает обязательный арбитраж, который находится на грани между регулированием и подавлением конфликта. Этот метод необходим для сохранения государственности и мира в стране [10].

А. Зайцев предложил использовать понятие «управление конфликтом» в узком и широком смысле. Управление конфликтом в широком смысле можно связать с манипуляциями и воздействием на его причины. Управление конфликтом в узком смысле обеспечивает разрешение конфликта. Управляя конфликтом при широком подходе, предполагается, что необходимо воздействовать на все моменты конфликта. Б. Хоглунд выделил три элемента воздействия на конфликт. В первую фазу конфликта (предотвращение конфликта) — латентную — необходимо манипулировать условиями конфликта, для того чтобы не было возможности для его разрастания. Во второй фазе конфликта (регулирование динамики конфликта) следует направить конфликтные процессы таким образом, чтобы была возможность направить их развитие в желательном направлении. Третья фаза называется окончанием конфликта. Она включает в себя действие на завершение конфликта и получение результата, который устраивал бы обе конфликтующие стороны [19]. Однако следует признать тот факт, что конфликты неизбежны и могут возникнуть совсем неожиданно. Так, Ури писал, что создание системы разрешения конфликтов подобно созданию системы для контроля дождей. Конфликты, как и ливни неизбежны [19].

Большой вклад в изучении проблемы управления конфликтами внес психолог, конфликтолог и социолог В. Шейнов. Проанализировав работы исследователей, посвященных теме управления конфликтами, В. Шейнов выделил ряд проблем. Среди них можно назвать следующие: отсутствие алгоритма поиска причин, породивших конфликт; слабо представлено практическое применение, построенное на основе теоретического анализа; нет комплексных разработок о том, как управлять конфликтом на всех стадиях управления. Некоторые исследователи огромное внимание уделяют переговорам, как одному из средств разрешения конфликта, не применяя приемы убеждения, без которых переговоры могут не принести положительных результатов. Не исследован такой источник конфликтов, как манипулятивные отношения. Автор считает, что управление конфликтом нужно осуществлять на всех стадиях развития конфликта, а начинать следует с предотвращения конфликта.

Итак, первая стадия управления конфликтом — предотвращение конфликта. Для этого необходимо руководствоваться некоторыми правилами, которые помогут нейтрализовать развитие конфликта, а именно не использовать конфликтогены. Под понятием конфликтоген понимают слова, действия, которые приводят к конфликту. Вторая стадия управления конфликтом включает определение потенциала конфликта — глубину накопленных противоречий и количество участников конфликта. Во время затяжного конфликта количество участвующих в конфликте постоянно увеличивается, а первоначальный конфликт перерастает в новые конфликты, которые соответствуют интересам новых членов конфликтной группы. Следовательно, очень важно выявить пассивных и активных участников конфликта, установить главную причину, по которой они присоединились к конфликтующей стороне. Третьей стадией управления конфликтом является диагностика коллектива и уменьшение потенциала конфликта. Четвертая стадия включает убеждение как средство предотвращения и разрешения конфликта. В. Шейнов считает, что подавление как один из методов разрешения конфликта имеет один главный недостаток. Конфликтная ситуация не разрешается, а загоняется внутрь, и при благоприятных условиях она может возникнуть вновь. Таким образом, убеждение является наиболее предпочитаемым методом разрешения конфликта. Однако если убедить не удалось, значит нужно пойти на компромисс, отступить от части своих требований в обмен на уступки другой конфликтующей стороны. Следующая стадия — разрешение конфликта. В.А. Шейнин

выделяет три основных подхода в разрешении конфликта, которые часто используются на практике: победа одной из сторон (доминирование); прекращение конфликтных действий при устранении причин, которые вызвали конфликт (урегулирование); взаимовыгодное решение (сотрудничество или интеграция).

Если конфликт приостановлен из-за выигрыша одной из сторон, то он не разрешен, и может начаться в любое время. Урегулирование конфликта также может привести к временным положительным результатам. Наиболее эффективным способом разрешения конфликта является интеграция, так как она открывает новые возможности для сотрудничества, в ходе которого могут быть приняты взаимовыгодные условия. Переговоры, в которых принимают участие конфликтующие стороны, способствуют достижению согласия или компромисса. Альтернативой переговорам является обращение в суд или арбитраж. Однако очень часто сложившаяся практика показывает, что путем переговоров и при посреднике спорные вопросы решаются быстрее. Посредничество представляет собой одну из форм разрешения конфликта, при которой посредник, занимая нейтральную позицию, помогает конфликтующим сторонам преодолеть разногласия. Посредничество применяется, когда стороны неспособны самостоятельно найти решение и достичь соглашения в ходе прямых переговоров, и преодолеть тупиковую ситуацию, которая возникла в ходе переговоров.

Итак, рассмотрев все стадии управления конфликтом, можно использовать следующий алгоритм управления конфликтами, предложенный В. Шейновым: предотвращение конфликта; диагностика возникновения и развития конфликта; процесс разрешения конфликта [20]. Методы, которые применяются для разрешения конфликта в обществе, тесно связаны с культурными и правовыми установками, которые существуют в каждом обществе. Они могут как поощрять, так и запрещать тот или иной способ разрешения конфликта. В России есть пять основных подходов для разрешения социальных конфликтов: с позиции силы, с позиции права, с позиции ненасилия и компромисса, с позиции интеграции интересов сторон конфликта, с позиции изоляции сторон конфликта [3].

Выводы

Рассмотрев теоретические положения по проблеме социальных конфликтов, можно сделать следующие выводы. Социальный конфликт — это конфликт, вызванный несовпадением целей и интересов, в процессе которого возникают столкновения и борьба. Социальные конфликты могут быть обусловлены следующими причинами: разный образ жизни людей, принадлежащих к другим социальным группам; социально-экономические причины; несправедливый доступ к ресурсам и определенным видам деятельности; разное понимание у индивидов правил поведения; противоречия между обществом и государственными структурами. Для урегулирования конфликта существуют разные способы и методы, наиболее эффективным из которых является применение ненасильственных методов разрешения конфликта, включающих убеждение, компромисс и интеграцию участников конфликта.

По мнению академика Г.В. Осипова конфликты, которые существуют в обществе, не являются его присущей данностью. Это результат действий людей, создающих ту или иную ситуацию не только в стране, но и в мире. Изменить сложившееся положение можно лишь в результате деятельности людей, которые опираются на научные знания. Для этого необходимо изучать причины и тенденции возникновения конфликтов для изменения социальной реальности.

Для современной социальной реальности, которая сложилась в нашей стране и в мире характерны серьезные социальные, национальные и межнациональные конфликты. В результате этих конфликтов необходимо менять управление обществом и социальными процессами для устранения конфликтов. Иначе они могут разрушить не только национальное общество, но и всю современную цивилизацию.

Библиографический список

- [1] Прошанов С.Л. Социальный конфликт в трудах российских социологов начала XX века // Социологические исследования. – 2007. – № 12. – С. 115–120.
- [2] Зеркин, Д.П. Основы конфликтологии. – Ростов-на Дону: Феникс, 1998. – 480 с.
- [3] Нагайцев В.В. Методология диагностического исследования социальных конфликтов // Известия Алтайского государственного университета. – 2010. – № 2. – С. 195–198.
- [4] Осипов Г.В. Конфликтолог — профессия XXI века. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский гуманитарный университет профсоюзов, 2014. – 540 с.
- [5] Соломатина Е.Н. Становление и развитие социологии конфликта в России // Вестник Московского университета. – 2011. – Вып. 18, № 2. – С. 207–221.
- [6] Сивякова Е.А., Рябцев С.В., Кириллов П.Е. Современные Методы Управления Конфликтами В Организациях // Тенденции развития науки и образования. – 2019. – № 49–3. – С. 98–102.
- [7] Зиммель Г. Человек как враг // Социологические исследования. – 1994. – № 2. – С. 114–9.
- [8] Ритцер Дж. Современные социологические теории. Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 688 с.
- [9] Козер Л. Функции социального конфликта. – Москва: Идея-Пресс, 2000. – 208 с.
- [10] Дарендорф Р. Элементы теории социального конфликта // Социологические исследования. – 1994. – № 5. – С. 145–147.
- [11] Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. – Москва: Издательство АСТ, 2017. – 640 с.
- [12] Garagozov R., Gadirova R. Narrative intervention in interethnic conflict // Political Psychology. – 2019. – Vol. 40, Issue 3. – P. 449–465.
- [13] Otopenov N., Smagulov K.N., Al'muhametov Ali Rauf, Anarbaiev N. Ethno-confessional conflict as a destructive way to resolve contradictions in social and religious relations // European Journal of Science and Theology. – 2019. – Vol. 15, Issue 2. – P. 179–189.
- [14] Saenz C. A social conflict diagnostic tool for application in the mining industry: A case study in Peru // Corporate Social Responsibility and Environmental Management. – 2019. – Vol. 26, Issue 3. – P. 690–700.
- [15] Halevy N., Cohen T. Intergroup conflict // Negotiation and Conflict Management Research. – 2019. – Vol. 12, Issue 2. – P. 161–173.
- [16] Dubow E., Huesmann L., Boxer P., Smith C., Landau C., Shikaki K. Serious violent behavior and antisocial outcomes as consequences of exposure to ethnic-political conflict and violence among Israeli and Palestinian youth // Aggressive Behavior. – 2019. – Vol. 45, Issue 3. – P. 287–299.
- [17] Сорокин П.А. Преступление и кара, подвиг и награда: социологический этюд об основных формах общественного поведения и морали. – Москва: Астрель, 2006. – 618 с.
- [18] Зинчина А.Б. Хрестоматия по конфликтологии. – Харьков: Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А.Н. Бекетова, 2008. – 166 с.
- [19] Зайцев А.К. Социальный конфликт. – Москва: Academia, 2001. – 464 с.
- [20] Шейнов В.П. Управление конфликтами. – Санкт-Петербург: Питер, 2014. – 576 с.

References

- [1] Proshanov, S. (2007). Social conflict in the works of russian sociologists at the beginning of the twentieth century. *Sociological Studies*, 12, 115–120.
- [2] Zerkin, D.P. (1998). *Basics of conflictology*. Rostov-on-Don: Feniks.
- [3] Nagaytsev, V.V. (2010). Methodology of the diagnostic study of social conflicts. *News of the Altai State University*, 1 (2), 195–198.
- [4] Osipov, G.V. (2014). *Conflictologist — a profession of the XXI century*. St. Petersburg: St. Petersburg Humanitarian University of Trade Unions.

- [5] Solomatina, E.N. (2011). Formation and development of the sociology of conflict in Russia. *Bulletin of Moscow State University*, 18 (2), 207–221.
- [6] Sivyakova, EA, Ryabtsev, SV, & Kirillov, P.E. (2019). Modern methods of conflict management in organizations. *Trends in the Development of Science and Education*, 49, 98–102.
- [7] Zimmel, G. (1994). Man as an enemy. *Sociological Studies*, 2, 114–119.
- [8] Ritzer, J. (2002). *Modern sociological theories*. St. Petersburg: Piter.
- [9] Coser, L. (2000). *Functions of social conflict*. Moscow: Idea-Press.
- [10] Dahrendorf, R. (1994). Elements of the theory of social conflict. *Sociological Studies*, 5, 145–7.
- [11] Huntigton, S. (2007). *Clash of civilization*. Moscow: Izdatelstvo AST.
- [12] Garagozov, R., & Gadirova R. (2019). Narrative intervention in interethnic conflict. *Political Psychology*, 40 (3), 449–465.
- [13] Otpenov, N., Smagulov, K.N., Al'muhametov, Ali Rauf, & Anarbaiev, N. (2019). Ethno-confessional conflict as a destructive way to resolve contradictions in social and religious relations. *European Journal of Science and Theology*, 15 (12), 179–189.
- [14] Saenz, C. (2019). A social conflict diagnostic tool for application in the mining industry: A case study in Peru. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 26 (3), 690–700.
- [15] Halevy, N, & Cohen, T. (2019). Intergroup conflict. *Negotiation and Conflict Management Research*, 12 (2), 161–173.
- [16] Dubow, E., Huesmann, L., Boxer, P., Smith, C., & Shikaki, K. (2019). Serious violent behavior and antisocial outcomes as consequences of exposure to ethnic-political conflict and violence among Israeli and Palestinian youth. *Aggressive Behavior*, 45 (3), 287–299.
- [17] Sorokin, P.A. (2006). *Crime and punishment, feat and reward: a sociological study of the main forms of social behavior and morality*. Moscow: Astrel.
- [18] Zinchin, A.B. (2008). *Chrestomathy on conflictology*. Kharkov: Kharkov National University of Municipal Economy named after A.N. Beketova.
- [19] Zaitsev, A.K. (2001). *Social conflict*. Moscow: Academia.
- [20] Sheinov, V.P. (2014). *Conflict management*. St. Petersburg: Piter.

Получена / Submitted: 01/10/2019

Доработана / Revised: 15/11/2019

Принята к публикации / Accepted: 25/11/2019

УДК 316.752

ТРУДОВЫЕ ЦЕННОСТИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ: ВЫБОР В ПОЛЬЗУ ПРАГМАТИЗМА И ИНДИВИДУАЛИЗМА

Светлана Анатольевна Ильиных¹

¹Кафедра социологии, Новосибирский государственный университет экономики и управления, Новосибирск, Российская Федерация

Аннотация. Представлены результаты анализа теоретических подходов к ценностям. Показано, что трудовые ценности имеют разный «вес» для студенческой молодежи. Это связано с тем, что в целом сегодня характерно изменение модели социального старта. Интеграция студенческой молодежи в сферу социально-трудовых отношений характеризуется противоречивостью. С одной стороны, студенческая молодежь начинает обретать навыки работы в сфере труда довольно рано. Но, с другой стороны, эта работа в большинстве случаев не требует квалификационных и профессиональных навыков. В результате формируется специфическая система трудовых ценностей. В статье приводятся результаты социологического исследования трудовых ценностей студентов города Новосибирска. Дается анализ таких терминальных и инструментальных трудовых ценностей, как высокий уровень дохода, карьерный рост, хороший коллектив и другие. Показывается, что трудовые ценности имеют сильную индивидуалистическую компоненту, а также то, что студенческая молодежь имеет прагматичное, утилитарное отношение к трудовой деятельности.

Ключевые слова: доход, работа, самореализация, карьерный рост, навыки.

Work Values of Students: Choice to Pragmatism and Individualism

Svetlana A. Ilynykh¹

¹Department of Sociology, Novosibirsk State University of Economics and Management, Novosibirsk, Russian Federation

Abstract. In the article, the author presented the results of the analysis of theoretical approaches to values. Author shows that labor values have different "weights" for students. This is due to the social start model, which is now changing. The integration of students in the sphere of social and labor relations is contradictory. On the one hand, students get work skills pretty early. But, on the other hand, in most cases, such work doesn't require qualification and professional skills. As a result, students have a new system of work values. The article contains the results of a sociological study of labor values of students in Novosibirsk. The author gives an analysis of such terminal and instrumental labor values as a high level of income, career growth, a good team, etc. Author shows that work values have a strong individualistic component and student have a pragmatic, utilitarian attitude to work.

Keywords: income, work, self-realization, career growth, skills.

Введение

Исследование системы трудовых ценностей студенческой молодежи имеет высокую актуальность. Дело в том, что основными составляющими структуры личности являются ценности, которые выступают основой формирования норм поведения, профессионально-трудовых и жизненных стратегий. Стоит отметить, что вхождение молодежи в общество осуществляется, прежде всего, через вхождение в профессиональную среду. При этом возможны такие проблемы, как выбор неинтересной профессии, следствием чего может быть нежелание работать по полученной специальности, медленная адаптация в процессе обучения или затем в процессе работы в трудовом коллективе, медленный профессиональный рост, низкая материальная обеспеченность и другое [1].

Рассмотрим вначале подходы к понятию «ценность», а затем обратимся к изучению системы трудовых ценностей молодежи. Немецкий философ Р. Лотце ввел понятие «ценность» в середине XIX столетия, согласно идеям которого, ценность должна представлять для индивида некую значимость, быть для него желанной [2]. С тех пор исследование понятия представлено в трудах ученых самых разных отраслей научного знания. Согласно идеям структурного функционализма, ценности играют существенную роль для личности в процессе ее интеграции в социальную среду. Это необходимо для того, чтобы осуществлялся социальный порядок, который по Т. Парсонсу «Может иметь место лишь при наличии общих для всего общества ценностей». Социолог определяет ценности как элементы социальной системы, выступающие критерием при выборе существующих альтернатив. Для понимания трудовых ценностей молодежи важно, что они становятся частью личности, интегрируясь в ее субъективные мотивации [3].

Ученый, таким образом, положил начало трактовке ценностям как регуляторам поведения, благодаря которым человек придерживается норм и стандартов общества. Это означает, что если изменяются трудовые ценности, то изменяются и модели трудового поведения.

На основе концепция «зеркального Я» Ч.Х. Кули можно говорить о том, что формирование ценностной системы личности испытывает влияние со стороны общества [4]. Актуальность для исследования трудовых ценностей студенческой молодежи имеет также идея многофакторного влияния социума на личность, поскольку ей приходится перенимать и усваивать жизненные принципы и образцы поведения, актуальные для общества, формировать собственную структуру ценностей и персонифицированные стратегии самоопределения. Для понимания современной системы трудовых ценностей молодежи имеет значение также и работа Э. Дюркгейма.

По его мнению, в процессе развития общественного разделения труда нарастают процессы снижения групповых ценностей и возрастания роли индивидуальных ценностей. В результате происходит ослабление традиционных ценностей и одновременное возрастание социального напряжения. Исходя из этого, Э. Дюркгейм пришел к выводу, что ценности меняются время от времени вместе с изменением мировоззрений, привычек людей [5].

Социологом также было выделено понятие аномии, вызванное распадом раннее принятых и признаваемых в обществе ценностей. Именно это можно было наблюдать в период социально-экономических реформ 90-х гг. XX века. Представители Чикагской школы У. Томас и Ф. Знанецкий ценность всегда связывали с деятельностью [6]. При этом они одновременно рассматривали и ценностные ориентации во взаимосвязи с действиями людей, и психологическую сторону значения и смысла переживания индивида, что важно в контексте изучения трудовых ценностей молодежи. Если перефразировать идеи американского социолога Н. Смелзера [7], то каковы трудовые ценности человека, таковы и его нравственные принципы в этой сфере. Стоит упомянуть также и фундаментальную теорию изменения ценностей Р. Инглхарта и К. Вельцеля [8], которая играет важную роль в контексте исследования проблематики.

Большой вклад в изучение ценностей внесли отечественные ученые В.А. Ядов и А.Г. Здравомыслов. В контексте изучаемой нами проблематики важна их идея, что содержание ценностей личности влияет на ее отношение к труду [9]. Трудовые ценности оказывают влияние на то поведение, в котором происходит самоутверждение, самореализация личности [5]. Укажем, что эти и другие идеи представлены также в работах С.А. Ильиных, М.В. Удадьковой [10; 11], И. Кристоферсена [12], М. Селигман [13], Т.В. Фомичевой [14]. В целом следует сказать, что существует множество подходов и определений данного понятия не только в рамках разных научных направлений, но и в пределах одного — социологического. Подводя промежуточный итог в рассмотрении понятия «ценности», можно отметить, что они выступают ориентирами деятельности личности.

Одними из таких ориентиров являются трудовые ценности. К числу трудовых ценностей относятся, к примеру, хороший заработок, гарантия стабильной занятости, интересная, творческая работа, возможность самореализации, профессиональное признание, карьерный рост, высокий престиж профессии и другие. Отметим, что эти трудовые ценности имеют разный «вес» для студенческой молодежи. Это связано с тем, что в целом сегодня характерно изменение модели социального старта: интеграция студенческой молодежи в сферу социально-трудовых отношений отличается большей сложностью, чем в советские времена. С одной стороны, студенческая молодежь начинает обретать навыки работы в сфере труда довольно рано, иногда с первых курсов. С другой стороны, эта работа в большинстве случаев не требует квалификационных и профессиональных навыков. И в данном случае студенческая молодежь, получая новый для себя статус, актуализирует одни трудовые ценности и делает менее значимыми другие. К числу актуальных значимых трудовых ценностей студентов относятся, например, карьерный рост, высокий доход. В то же время ценность полученных знаний по специальности становится менее значимой.

Материалы и методы

Студенческая молодежь является группой, которая еще не вовлечена в постоянную трудовую деятельность. Но в то же время она уже в большей или меньшей мере оказывается вовлеченной в процессы социально-трудовых отношений. Поэтому важно исследовать, какая система ценностей складывается в этой группе, поскольку именно эта система предопределяет в дальнейшем нормы поведения и жизненные стратегии этой группы в сфере труда.

Основу исследования составляют идеи теоретической социологии, сравнительный анализ, междисциплинарный подход. Теоретическое исследование базируется на концептуальных работах и результатах исследований российских и зарубежных авторов, посвященных анализу ценностей в целом, и трудовых ценностей, в частности. В статье приводятся результаты эмпирического исследования, которое базировалось на анкетировании студентов вуза. На основании разработанной методологии проведено эмпирическое исследование, результаты которого будем использовать для обоснования своих выводов.

Исследование проведено в городе Новосибирске в 2019 году. Выборочная совокупность составила $n = 355$ респондентов. В исследовании принимали участие студенты Новосибирского государственного университета экономики и управления. Использована двухступенчатая стратифицированная выборка. Выборочная совокупность репрезентативна по полу и возрасту. Укажем, что в выборочной совокупности на первом курсе доля работающих студентов составила 7 %, на втором — 19 %, на третьем — 38 %, на четвертом — 59 %. При этом практически все работающие респонденты неоднократно сменили место работы.

Результаты и обсуждение

Согласно полученным эмпирическим результатам, самым значимым фактором при ответе на вопрос «Что наиболее значимо для Вас в будущей профессиональной деятельности?» (рисунок 1) респонденты называют возможность получать высокие доходы (25,3 %). На втором по значимости месте располагается карьерный рост (20,8 %). Ориентация на карьерный рост, получение высоких доходов отражает прагматичное, утилитарное отношение к трудовой деятельности у студенческой молодежи. Несмотря на то что вдвое реже по сравнению с высоким доходом и карьерным ростом респонденты указывают на творческий характер работы (4,1 %), самореализацию (8,2 %), стабильность (9,7 %), развитие способностей, умений (11,2 %), но все же можно отметить, что и эти

значимые факторы отражают сильную индивидуалистическую компоненту трудовых ценностей. Эту же идею подтверждает то, что практически не значимыми для респондентов являются высокий престиж профессии (3,0 %), возможность быть полезным для других (0,8 %), работа по выбранной специальности (1,2 %). Такие ценности, как высокий престиж профессии и возможность приносить пользу обществу, были востребованы в советское время и сегодня не имеют актуальности. С нашими данными коррелируют результаты исследования Т.А. Пакиной [15]. Снижение значимости ценности работы по специальности может быть обусловлено тем, что трудовая деятельность студентов чаще всего далека от выбранной специальности. В результате у них откладывается по времени ценностная идентификация с профессиональным сообществом по выбранной специальности или таковой не складывается совсем.

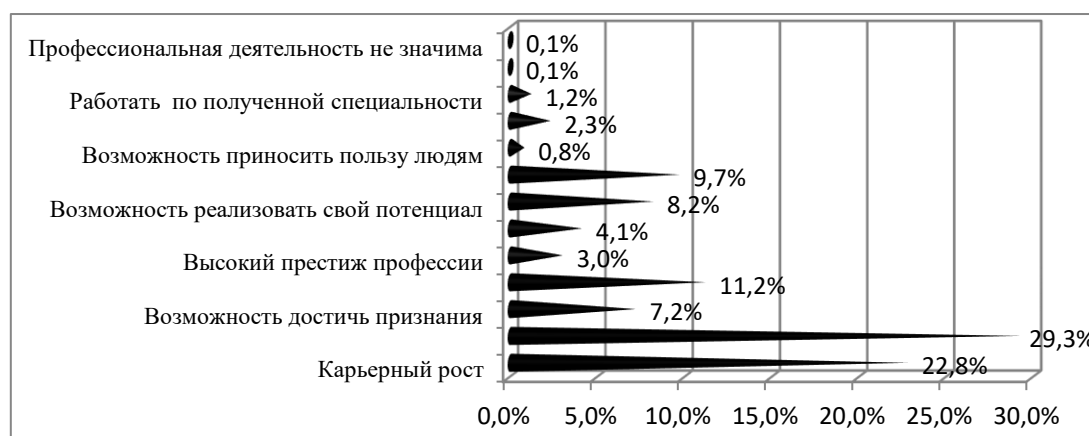


Рисунок 1. Распределение ответов на вопрос: «Что наиболее значимо для Вас в будущей профессиональной деятельности?», %

Прагматичное, утилитарное отношение к трудовой деятельности у студенческой молодежи может иметь также и негативные последствия. Происходит некоторая переориентация, когда во главу угла ставится, например, ценность высокого материального вознаграждения. Для студента становится уже не столь важно, что он получает экономическое, медицинское, техническое или иное образование, а работает по несвязанной с этим образованием сфере деятельности по той причине, что именно здесь обеспечивается высокий уровень материального достатка. Л.А. Семенова обозначает эту стратегию жизни, как «иметь деньги, не напрягаясь» [1]. Если значимым критерием работы является высокий доход, то при невысокооплачиваемой работе возможно отсутствие заинтересованности в результатах собственного труда. Отсюда возможны и более негативные скрытые последствия, когда, как указывает Л.А. Семенова, значимым критерием привлекательности работы является «тип занятости, не мешающий другим сторонам жизни» [1]. Рассмотренные выше ценности можно трактовать как терминальные. В качестве инструментальных трудовых ценностей могут выступить ценности комфортного места работы, хороший коллектив, официальное трудоустройство и так далее.

Чтобы выявить наличие терминальных и инструментальных ценностей, нами был задан вопрос «Каких условий работы Вы ожидаете при Вашем трудоустройстве после окончания вуза?» (рисунок 2). Распределение ответов на вопрос показывает, что наиболее значимыми являются такие инструментальные ценности как официальное трудоустройство (19,8 %) и хороший коллектив (11,8 %), чуть меньшее значение имеют комфортное рабочее место (12 %) и удобный график работы (10 %). Важными для студенческой молодежи терминальными ценностями выступают материальная состоятельность (15,4 %) и карьерный рост (10,6 %).

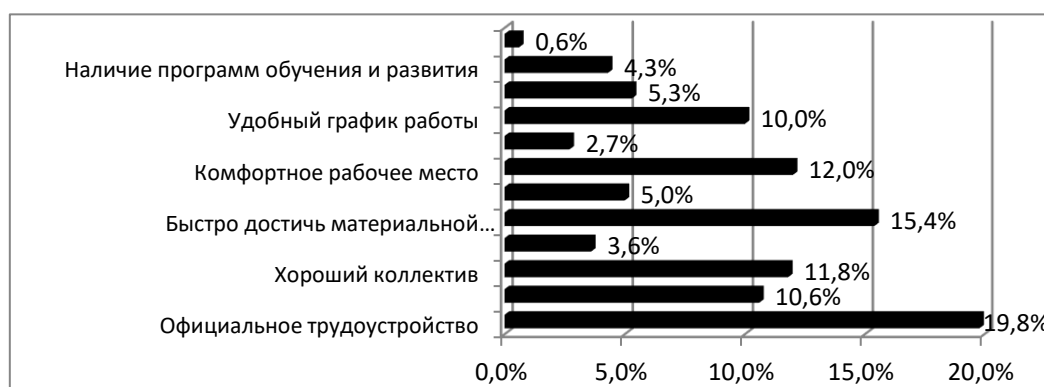


Рисунок 2. Распределение ответов на вопрос: «Каких условий работы Вы ожидаете при Вашем трудоустройстве после окончания вуза?», %

Оценивая наиболее значимые терминальные и инструментальные ценности можно отметить хоть и небольшой, но приоритет инструментальных ценностей. Официальное трудоустройство воспринимается как гарантия надежности работы. Наличие хорошего коллектива свидетельствует о важности межличностного общения, комфортной среды жизнедеятельности. Таким образом, идея о более прагматичном, утилитарном отношении к трудовой деятельности студенческой молодежи подтверждается еще раз.

Выводы

Вступая в сферу социально-трудовых отношений, студенческая молодежь формирует соответствующую систему ценностей. Одни ценности в сфере социально-трудовых отношений становятся более актуальными, другие, напротив, становятся аутсайдерами. Так, приоритетными терминальными трудовыми ценностями являются высокий доход и карьерный рост, а ценностями — аутсайдерами — возможность приносить пользу людям, работа по специальности. Значимыми инструментальными ценностями выступают официальное трудоустройство и наличие хорошего коллектива. В целом можно говорить, что о наличии сильной индивидуалистической компоненте трудовых ценностей у студенческой молодежи.

Стоит отметить, что для личности существенное значение имеют ценности трудового характера в силу того, что именно они могут определять ее жизненные и профессиональные стратегии, направленность ее деятельности. Вместе с тем, важно учитывать, что эти ценности также подвержены трансформациям. Поэтому говорить об устойчиво сложившихся негативных тенденциях в сфере трудовых ценностей пока рано.

Библиографический список

- [1] Семенова Л.А. Особенности профессионально-трудового самоопределения молодежи // Вестник института социологии. – 2011. – № 2. – С. 88–105.
- [2] Чистякова Л.А. Трудовые ценности молодежи с опытом первичного трудоустройства в сфере услуг (на примере промоутеров г. Санкт-Петербурга). – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2014. – 23 с.
- [3] Парсонс Т. О социальных системах текст. – Москва: Академический проект, 2002. – 565 с.
- [4] Кули Ч.Х. Человеческая природа и социальный порядок. 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://avidreaders.ru/book/chelovecheskaya-priroda-i-socialnyy-poryadok.html> (дата обращения: 19.08.2019).
- [5] Корж Н.В. Проблема ценностей и установок в социологии // Вопросы современной науки и практики. Университет им. В.И. Вернадского. – 2012. – № 3. – С. 327–332.

- [6] Thomas W., Znaniecki F. The Polish peasant in Europe and America. – New York: Alfred A. Knopf, 1927. – 1146 p.
- [7] Смелзер Н. Социология. – Москва: Феникс, 1994. – 687 с.
- [8] Welzel C., Inglehart R., Klingemann H.-D. The theory of human development: a cross-cultural analysis // *European Journal of Political Research*. – 2003. – № 42. – P. 341–379.
- [9] Константиновский Л.Д. Когда наступает время выбора (Устремления молодежи и первые шаги после окончания учебных заведений). – Санкт-Петербург: Русский христианский гуманитарный институт, 2001. – 568 с.
- [10] Ильиных С.А. Семейные ценности молодежи: традиции и трансформации // *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*. – 2012. – Вып. 4, № 1. – С. 220–232.
- [11] Ilinykh S.A., Udaltsova M.V. The meaning of human life and self-satisfaction: sociological discourse // *Indian Journal of Science and Technology*. – 2016. – № 14. – P. 1–8.
- [12] Kristoffersen I. The subjective wellbeing scale: how reasonable is the cardinality assumption? // *University of Western Australia Department of Economics Discussion (UWADED)*. – 2011. – № 15. – P. 1–20.
- [13] Seligman M.E.P. Flourish: A visionary new understanding of happiness and well-being. – New York: Free Press, 2011. – 310 p.
- [14] Фомичева Т.В. К определению понятия «ценности»: социолого-исторический аспект // *Ученые записки Российского государственного социального университета*. – 2012. – № 7. – С. 63–70.
- [15] Пакина Т.А. Трудовые ценности современной студенческой молодежи // *Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского (ННГУ)*. – 2014. – Вып. 2, № 34. – С. 162–168.

References

- [1] Semenova, L.A. (2011). Features of professional and labor self-determination of youth. *Bulletin of the Institute of Sociology*, 2, 88–105.
- [2] Chistyakova, L.A. (2014). *Labor values of young people with experience of primary employment in the service sector (for example, promoters of St. Petersburg)*. St. Petersburg: St. Petersburg State University of Economics.
- [3] Parsons, T. (2002). *About social systems text*. Moscow: Academicheskiiy proyekt.
- [4] Cooley, Ch.H. (2019). *Human nature and social order*. Retrieved from: <http://avidreaders.ru/book/chelovecheskaya-priroda-i-socialnyy-poryadok.html>.
- [5] Korzh, N.V. (2012). The problem of values and attitudes in sociology. *Questions of modern science and practice. University named after V.I. Vernadsky*, 3, 327–332.
- [6] Thomas, W., & Znaniecki, F. (1927). *The Polish peasant in Europe and America*. New York: Alfred A. Knopf.
- [7] Smelser, N. (1994). *Sociology*. Moscow: Feniks.
- [8] Welzel, C., Inglehart, R., & Klingemann, H.-D. (2003). The theory of human development: a cross-cultural analysis. *European Journal of Political Research*, 42, 341–379.
- [9] Konstantinovskiy, L.D. (2001). *When the time comes for choice (youth aspirations and the first steps after graduation)*. St. Petersburg: Russian Christian Institute of Humanities.
- [10] Ilinykh, S.A. (2012). Family values of youth: traditions and transformations. *Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political science*, 4 (1 (20)), 220–232.
- [11] Ilinykh, S.A., & Udaltsova, M.V. (2016). The meaning of human life and self-satisfaction: sociological discourse. *Indian Journal of Science and Technology*, 9 (14), 91079.
- [12] Kristoffersen, I. (2011). The subjective wellbeing scale: how reasonable is the cardinality assumption?. *University of Western Australia Department of Economics Discussion (UWADED)*, 11 (15), 1–20.

- [13] Seligman, M.E. P. (2011). *Flourish: a visionary new understanding of happiness and well-being*. NewYork: FreePress.
- [14] Fomicheva, T.V. (2012). To the definition of the concept of “value”: sociological and historical aspect. *Scientific Notes of Russian State Social University*, 7, 63–70.
- [15] Pakina, T.A. (2014). Labor values of modern student youth. *Bulletin of the Nizhny Novgorod University named after N.I. Lobachevsky*, 2 (34), 162–168.

Получена / Submitted: 09/10/2019

Доработана / Revised: 12/11/2019

Принята к публикации / Accepted: 29/11/2019

УДК 378.4

ПРИОРИТЕТЫ ПОЛИТИКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ТЕХНИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Ламара Ленгизовна Мехришвили¹, Нина Алексеевна Ткачева², Людмила Константиновна Габышева²

¹*Кафедра гуманитарных наук и технологий, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация*

²*Кафедра маркетинга и муниципального управления, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация*

Аннотация. Современные тренды политики Российской Федерации в сфере высшего технического образования нацелены на преодоление технократизации мышления. Концепт гуманитаризации инженерного образования исходит из принципов фундаментальности и целостности, согласно которым изменение образовательного процесса заключается в единстве его целевого, содержательного и процессуального компонентов. Данный подход позволил сформулировать цель Программы гуманитаризации опорного Тюменского индустриального университета как «создание целостной культурно-образовательной среды в университете, формирующей условия для подготовки современного инженера, готового к решению сложных социотехнических задач». В статье обобщен опыт, представлен анализ реализации первого этапа Программы, направленный на модернизацию образовательной деятельности университета. Как показал эксперимент, процесс гуманитаризации не сводится к содержательным аспектам: гуманитаризация сегодня проявляется не только в целях и содержании, но и в технологиях, новационных или альтернативных формах образования. Авторы экспериментальной образовательной Программы гуманитаризации пришли к выводу, что в данном контексте речь должна идти не об отдельных мероприятиях, а о формировании новой парадигмы инженерного образования, новой культурно-образовательной среды университета, новой модели выпускника инженерного вуза.

Ключевые слова: образовательная политика, гуманитаризация, компетенции (Soft skills), культурно-образовательная среда, новая модель выпускника инженерного вуза.

Priorities of the Russian Politics in the Field of Higher Technical Education

Lamara L. Mekhrishvili¹, Nina A. Tkacheva², Lyudmila K. Gabisheva²

¹*Department of Humanities and Technology, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation*

²*Department of Marketing and Public Administration, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation*

Abstract. The concept of humanization of engineering education proceeds from the principles of fundamentality and integrity, according to which it is “a comprehensive change in the educational process in the unity of its target, conceptual and processual components. This approach made it possible to formulate the goal of the Humanitarization Program of the Flagship Industrial University of Tyumen as “creating a comprehensive cultural and educational environment at the university that provides conditions for the training of a modern engineer, ready to solve complex sociotechnical problems”. The article summarizes the experience, presents an analysis of implementation of the first stage of the Program, aimed at educational activities modernization. As the experiment showed, the educational process of humanization is not limited to conceptual aspects: today humanization is manifested not only in goals and content, but also in technologies, innovative or alternative forms of education. The authors of the experimental educational Humanitarization Program came to the conclusion that within the given context we should not talk about individual events, but about the formation of a new paradigm of engineering education, a new cultural and educational environment of the university, a new model of a graduate of an engineering university.

Keywords: educational policy, humanization, competencies (Soft skills), the cultural and educational environment, a new model of a graduate of an engineering university.

Введение

В настоящее время не только Россия, но и другие страны, техногенная цивилизация в целом, переживают серьезный кризис в системе образования. Суть кризиса заключается в дегуманизации образования. Потребность в широком гуманитарном образовании есть ответная реакция на самоограничения в развитии современной техногенной рациональной цивилизации [1]. Как известно, реализуемая сегодня модель инженерного образования направлена на формирование базовых знаний и умений, узконаправленных (профессиональных) компетенций, профессионализации и специализации, технократического типа мышления. В то же время современные тенденции детерминируют изменения характера инженерного образования, требуя от современного инженера владения гораздо более широким спектром ключевых компетенций, чем освоение узкоспециализированных научно-технических и инженерных дисциплин. Данная проблема осознается сегодня на уровне образовательной политики Российской Федерации. Еще в 2014 году на Заседании Совета по науке и образованию Президент Российской Федерации В.В. Путин актуализировал идею о том, что «инженер сегодня — это профессионал высокого уровня, который не только обеспечивает работу сложнейшего оборудования, не только конструирует современную технику и машины, но, по сути, и формирует окружающую действительность» [2].

Концепт гуманитаризации образования в техническом вузе заключается в опровержении профессиональной ограниченности и развитии таких способностей, которые угнетаются в ходе профессионализации и специализации. Гуманитаризация образования в целом выполняет базовую функцию: формирует Soft skills — навыки, способствующие не только профессиональному, но и личному развитию. «Для формирования инженеров... нужна основа... Без гуманитарной составляющей воспитать хорошего инженера невозможно» — отмечала министр образования и науки России О. Васильева [3].

Как подтверждают реалии современной образовательной парадигмы, преодоление узкого технократического мышления возможно только на основе широкого социокультурного знания, где особая роль принадлежит общегуманитарной подготовке. Это подтверждается мнением министра науки и высшего образования Российской Федерации М. Котюкова, который на «Образовательном интенсиве “Остров 10–22”» (21 июля 2019 года) выделил в числе современных образовательных приоритетов Стратегии научно-технического развития Российской Федерации, утвержденной Президентом, позиции, связанные с развитием гуманитарного знания [4].

Гуманитаризация инженерного образования является важным аспектом общего процесса гуманитаризации познания и обучения на современном этапе развития науки и практики. Выявление методологической детерминанты исследуемой категории позволило И.В. Черниковой и Е.В. Середкиной выявить факторы гуманитаризации науки и образования, базирующиеся, по мнению исследователей, на двух аспектах — фундаментальном, онтологическом, связанном с изменением под влиянием развивающейся науки наших представлений о природе (появление так называемых «человекоразмерных» объектов в современной науке); прагматическом, субъектном, связанном с изменением концепции познающего субъекта на современном этапе отношений науки и общества (использование знания рассматривается как усиление способности общества к практическому действию как источнику инноваций) [5].

В современном научно-теоретическом поле гуманитаризация рассматривается, во-первых, как путь к ценностно-ориентированному познанию; во-вторых, (согласно концепции К. Майнцера, Э. Морена) как способ формирования сложносистемного мышления [6]; в-третьих, как метод приобщения человека к духовным ценностям цивилизованного мира. В то же время гуманитаризация сегодня важна не только и не столько в теоретико-

методологическом осмыслении, сколько в прикладном профессионально-ориентированном значении. Современный инженер — это человек, способный осознавать значимость и ответственность за результаты своей профессиональной деятельности как перед обществом, так и перед самим собой; это специалист, способный осуществлять нравственный выбор и быть устойчивым к профессионально-личностным деформациям. По утверждению немецкого философа и психолога К.Т. Ясперса, «Сегодня проблемы техники и социального бытия настолько переплелись, что специалисты все чаще говорят об интеграции социальных и технических систем, которая охватывает стороны, связанные с инженерной профессиональной деятельностью...» [7]. Отсюда объективный процесс интеграции, по мнению О.Ф. Пиралова, приводит к осмыслению инженера как субъекта социальной деятельности и социальной ответственности [8]. Логично, что для реализации инновационного технологического процесса становится актуальной тенденция гуманитаризации образовательной деятельности будущих специалистов технического профиля.

Материалы и методы

Гуманитаризация инженерной деятельности имеет комплексную характеристику и связана с удовлетворением потребностей современных (и будущих) потребителей трудовых ресурсов; эффективной профессиональной адаптацией в коллективе (в том числе проявлением организаторских способностей); развитием и повышением трудовой (проектной, производственной и межличностной) культуры [8]. Смысл гуманитаризационной парадигмы инженерного образования заключается в гармоничной интеграции общекультурного образования и профессионального обучения. В данном случае образование ставит своей целью процесс развития личности, а обучение выступает как средство достижения поставленной цели. Следовательно, если обучение превращается в самоцель, то происходит подмена цели средством, а диалектическое единство профессионального и общекультурного деформируется в сторону «технократизма», в результате стратегическая цель — «развитие личности» подменяется на прагматическую цель — обучение профессии, получение профессиональных компетенций.

Для преодоления ограниченности утвердившегося в образовании подхода гуманитаризация может рассматриваться как «система мер, направленных на приоритетное развитие общекультурных компонентов в содержании образования и, таким образом, на формирование личностной зрелости обучающихся» [9]; преодоление тенденций к технократизации высшего технического образования.

По мнению М.В. Булановой-Топорковой решение проблемы гуманитаризации образования в технических университетах России может осуществляться в следующих направлениях:

- расширение номенклатуры дисциплин гуманитарного модуля;
- обеспечение взаимопроникновения гуманитарного знания и негуманитарных дисциплин (естественнонаучные и технические);
- междисциплинарность в образовании;
- обучение решению научно-технических проблем на границе технической и гуманитарной сфер;
- обеспечение возможности получения студентами в техническом университете второй гуманитарной или социально-экономической специальности;
- усиление подготовки инженеров в правовой, языковой и других сферах;
- личностно-ориентированное обучение;
- создание в университете гуманитарной среды [10].

Специфика гуманитаризации инженерного образования и инженерной деятельности заключена в ее ценностно-целевой установке, формирующей не только профессиональные компетенции, но и навыки рефлексивного мышления. Разрабатывая концепт гуманитаризации инженерного образования опорного университета (Тюменский индустриальный университет), авторы исходили из принципов фундаментальности и целостности, согласно которым — это «целостное изменение образовательного процесса в единстве его целевого, содержательного и процессуального компонентов, а также соответствующей образовательной их гуманитарной среды технического университета» [11].

Данное видение позволило сформулировать цель Программы как «создание целостной культурно-образовательной среды в университете, формирующей условия для подготовки современного инженера, готового к решению сложных социотехнических задач». Реализация Программы изначально рассчитана на 3 периода: I этап — 2017–2018 учебный год включал модернизацию образовательной и учебно-методической деятельности; II этап — 2018–2019 учебный год предполагал адаптацию научно-методической и научно-методологической деятельности; III этап — 2019–2020 учебный год направлен на организацию внешнего взаимодействия.

Результаты и обсуждение

Остановимся на базовой компоненте реализации Программы — образовательной. Модернизация образовательной деятельности обусловила осмысление концепции гуманитаризации инженерного образования в опорном университете, разработку паспорта программы гуманитаризации. Сегодня данный концепт рассматривается и реализуется в рамках «Программы развития опорного университета (Тюменский индустриальный университет)». Логично, что Программа гуманитаризации частично интегрирована в стратегические проекты Тюменского индустриального университета: «Университет — территория профессионального успеха и развития», «Повышение эффективности освоения Арктической зоны Российской Федерации», планируется интеграция в стратегический проект «SmartCity» в контексте разработки и реализации научно-прикладного проекта «Философия города».

Представляется, что системообразующим конструктом программы должно стать «формирование компетентностной модели выпускника современного инженерного вуза», которая включает в себя, в том числе, «Мониторинг работодателей и обучающихся по оценке уровня сформированности soft skills — компетенций инженеров нового поколения Тюменского индустриального университета». Проведение мониторинга работодателей — устоявшаяся традиция деятельности Тюменского индустриального университета. При этом опрос представителей индустриальных партнёров вуза по проблеме востребованности soft-компетенций детерминирует необходимость разработки специального инструментария социологического исследования.

Представители ведущих компаний привлекаются к осмыслению и решению данной проблемы. Так, в рамках международной научно-методической конференции «Гуманитаризация инженерного образования: методологические основы и практика — 2018» озвучена позиция по данному вопросу и подтверждена актуальность процесса гуманитаризации со стороны топ-менеджеров ООО «РН-Уватнефтегаз» г. Тюмени и Корпоративного университета ООО «СИБУР» г. Тобольска.

Акцентируя внимание на практико-экспериментальной составляющей гуманитаризации инженерного образования, отметим, что она определена нами как «процесс создания социокультурной среды профессиональной подготовки инженерных кадров, способствующей формированию у будущих инженеров гуманитарной культуры, универсальных компетенций (Soft skills) — необходимой составляющей профессиональной деятельности».

Традиционно в научной литературе выделяют 4 группы базовых гуманитарных компетенций: коммуникативные, исследовательские, проектные, педагогические. Адаптируя данный подход к специфике образовательного процесса технического университета, авторами Программы на основе опроса руководителей образовательных программ технических направлений подготовки и работодателей университета в качестве приоритетных были актуализированы 10 ключевых компетенций, наиболее востребованных, по мнению работодателей, в будущем (таблица 1).

Таблица 1. Наиболее востребованные ключевые Soft-компетенции, мнение работодателей

K1 — решение сложных задач (умение брать на себя ответственность, уверенность в себе)
K2 — критическое мышление (умение бороться за себя и за свои идеи, умение быстро и точно ставить задачи перед людьми)
K3 — креативность (умение адаптироваться к обстоятельствам)
K4 — управление людьми (умение управлять личным развитием, своим временем, обучать других)
K5 — координация и взаимодействие (умение работать в команде, эффективно и гармонично взаимодействовать с другими людьми, проявлять гибкость)
K6 — эмоциональный интеллект (эмерджентность)
K7 — суждение и принятие решений (умение владеть ораторским искусством, лидерство)
K8 — клиентоориентированность (умение слушать и понимать собеседника)
K9 — ведение переговоров (умение убеждать, находить подход к людям, разрешать конфликтные ситуации, доносить свои идеи, аргументировать свою точку зрения)
K10 — когнитивная гибкость (коммуникативность)

Решению данной задачи и был посвящен первый этап реализации Программы гуманитаризации — «модернизация образовательной учебно-методической деятельности», в рамках которого осмыслены и предложены формы и методы гуманитаризации подготовки обучающихся.

Потребность более глубокого взаимопроникновения гуманитарных, технических и естественнонаучных дисциплин способствовала активизации деятельности по расширению перечня гуманитарных дисциплин, который рассматривается во взаимосвязи с процессами фундаментализации образования. Так, помимо базовых дисциплин — истории, философии, психологии и педагогики, методологии науки и других, с 2018 года в университете на уровне экспериментальных образовательных программ начата реализация гуманитарных модулей, направленных на развитие личности обучающихся.

Таблица 2. Элективные гуманитарные модули мобильности

Направление подготовки	Модуль 1	Модуль 2
12.03.04 — бакалавриат «Биотехнические системы и технологии (Биотехнические и медицинские аппараты и системы)»	Технологии эффективной деловой коммуникации: «Психология профессионального развития», «Ораторское искусство», «Мастерство презентации».	Практика организации трудовой деятельности: «Право интеллектуальной собственности», «Регулирование инновационной деятельности», «Язык нормативно-правовых текстов».
15.03.01 — бакалавриат «Машиностроение (Системы автоматизированного проектирования и технологической подготовки производства)»	Организация эффективной системы взаимодействия в трудовом коллективе: «Психология управления коллективом», «Основы деловой этики и корпоративной культуры», «Русский язык в сфере профессиональной коммуникации».	Практика организации трудовой деятельности: «Право интеллектуальной собственности», «Регулирование инновационной деятельности», «Язык нормативно-правовых текстов».
23.03.01 — бакалавриат «Технология транспортных	Технологии профессиональных коммуникаций:	Технологии профессионального развития:

процессов (Логистика и управление цепями поставок)»	«Психология делового общения», «Этика публичного выступления», «Деловая коммуникация».	«Психология профессионального развития», «Лидерство и личная эффективность», «Технологии спичрайтинга современного лидера».
23.03.03 — бакалавриат «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов (Автотранспортная мехатроника)»	Практика эффективных коммуникаций: «Психология коллектива», «Этика и этикет деловых коммуникаций», «Основы корпоративной культуры».	Технологии профессионального развития: «Психология профессионального развития», «Лидерство и личная эффективность», «Технологии спичрайтинга современного лидера».
38.03.06 — бакалавриат «Торговое дело (Управление процессами и проектирование в коммерческой деятельности)»	Технологии эффективной деловой коммуникации: «Психология публичного выступления», «Техники коммуникативного взаимодействия», «Бизнес-презентации».	

В современных реалиях в соответствии с требованиями ФГОС 3++ в учебный процесс планируется введение следующих дисциплин, представленных ниже в таблице 3.

Таблица 3. Блок гуманитарных дисциплин, включенных в учебные планы ФГОС 3++

Направление подготовки	Дисциплины
08.03.01 «Строительство», 08.05.02 «Строительство, эксплуатация, восстановление и техническое покрытие автомобильных дорог, мостов и тоннелей», 08.04.01 «Строительство»	«Социальные коммуникации» Психология» «Основы научных исследований»
23.03.01 «Технология транспортных процессов (Логистика и управление цепями поставок)», 23.03.02 «Наземные транспортно-технологические комплексы», 23.03.03 «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов», 23.03.03 «Эксплуатация транспортно-технологических машин и комплексов (Организация и технологии автобизнеса), 23.05.01 «Наземные транспортно-технологические средства»	«Стилистика текста» «Основы публичного выступления и ораторского искусства» «Деловая коммуникация»
12.03.01 «Приборостроение»	«Личностное развитие» «Командообразование»
22.04.01 «Материаловедение и технологии материалов»	«Правовое регулирование инновационной деятельности (дисциплина по выбору)» «Социальное взаимодействие и профессионально-личностное развитие»
13.03.02 «Электроэнергетика и электротехника»	«Тайм-менеджмент»
13.04.02 «Электроэнергетика и электротехника»	«Основы самоорганизации и профессионально-личностного развития»
38.03.06 «Торговое дело»	«Психология публичного выступления»
09.04.01 «Информатика и вычислительная техника»	«Личностное развитие» «Командообразование» «Психология профессиональной деятельности (факультатив)»
21.04.01 «Нефтегазовое дело» (Технологические решения строительства скважин на месторождениях со сложными геолого-технологическими условиями их разработки)	«Философские проблемы в науке и технике» «Информационно-коммуникативные технологии» «Педагогика и психология» и так далее

Как показал первый этап гуманитаризации, образовательный процесс не сводится только к содержательным аспектам. Необходимо и его процессуально-технологическое обеспечение, поскольку гуманитаризация сегодня проявляется не только в целях и содержании, но и в технологиях, а также формах образования. В данном случае гуманитаризация обеспечивается деятельностью всех субъектов, участвующих в процессе обучения.

Основным видом профессиональной деятельности инженера является проектирование, следовательно, именно данный аспект находит наивысшее отражение в структуре учебной деятельности студентов высших технических учебных заведений [8]. Для реализации указанной задачи преподавателями реализован эксперимент по включению в образовательный процесс технологий проектного обучения, в том числе с использованием интерактивных форм в рамках преподавания дисциплины «История» (в разделе «История развития нефтяной и газовой промышленности в Российской Федерации») на базе Высшей инженерной школы (ЕГ) Тюменского индустриального университета. Данный формат способствует тому, что студенты на основе предоставленной информации (или поставленной задачи) пытаются выдвинуть проекты решения той или иной социальной, производственной задачи в ее историческом контексте. В данном аспекте представляется особо важным, что в процессе обучения профессиональным (специальным) дисциплинам студенты овладевают гуманитарным подходом к решению профессиональных проблем.

В образовательном формате гуманитаризации в вузе проведена апробация технологии междисциплинарного подхода в процессе обучения. Междисциплинарность обусловлена не только природой современного знания, но и, прежде всего, новыми требованиями к современному специалисту. Междисциплинарный подход формирует у студентов нестандартное мышление, способность решать комплексные проблемы, возникающие на стыке различных областей научно-практической или профессиональной деятельности. В рамках экспериментального проекта базовой кафедры АО «Мостострой-11» по формированию и развитию soft-компетенций у обучающихся уровня магистратуры организовано обучение самопрезентации в рамках дисциплины «Этика и психология профессиональной деятельности». В целом выбор данных технологий в образовательной деятельности приводит к обобщению и нравственной оценке реальности; определению образцов поведения в производственных ситуациях и в выработке соответствующих стратегий (целей и задач), связанных с производственной деятельностью.

Значимым образом реализации принципа междисциплинарности в учебном процессе может стать ежегодная научно-методологическая конференция аспирантов и магистрантов «Проблемы истории и философии науки и техники». Конференция является своеобразным итогом освоения обучающимися одноименной дисциплины. Итоговые научно-образовательные проекты слушателей уровня магистратуры и аспирантуры являются примерами интегративности технических, естественно-научных и социально-гуманитарных исследований. Новая индивидуально-ориентированная парадигма современного образования в значительной степени реализуется за счет внедрения информационных технологий в процесс инженерного образования — виртуализации учебного процесса. Важное место в процессе гуманитаризации уделяется формированию виртуальной образовательной среды: разработке курсов online/offline-лекций по дисциплинам гуманитарного цикла. В данном аспекте преподаватели кафедры гуманитарных наук и технологий Тюменского индустриального университета явились «первопроходцами», разработавшими, апробировавшими и реализующими открытый онлайн-курс по дисциплине «История» для технических направлений подготовки обучающихся очной и заочной форм обучения.

Гуманитаризация инженерного образования способствует в процессе подготовки специалиста инженерно-технического профиля формированию профессиональной мобильности и конкурентоспособности. В этой связи диверсификация портфеля

образовательных программ включает в себя и разработку программ магистерской подготовки по дисциплинам гуманитарного цикла на английском языке. В настоящее время реализуется преподавание дисциплины «Философия и методология науки» на английском языке по программе магистратуры: «Морское бурение (МБм)», «Геонавигация». Начинают реализацию программы уровня магистратуры по дисциплинам гуманитарного блока «Философия и методология науки» по направлению подготовки 23.04.01. «Технология транспортных процессов (Логистический аудит транспортных процессов и систем)»; «Философия» в рамках проекта Тюменского индустриального университета «Высшая инженерная школа (EG)». Готово к изданию учебно-методическое пособие на английском языке «Философия».

В рамках гуманитаризации на смену дидактико-центристским приходят личностно-ориентированные технологии в контексте внедрения вариативных форматов обучения, что предполагает введение элективных дисциплин формирования и развития soft skills по различным (техническим) направлениям/специальностям подготовки. Новая парадигма образования выдвигает требования к разработке образовательных маршрутов, позволяющих личности выбрать индивидуальную образовательную траекторию [12]. В данном направлении модернизации образовательной деятельности преподаватели включились в процесс по реализации экспериментальной модели подготовки вариативного обучения на основе индивидуальных траекторий развития обучающихся, формируемой на базе института транспорта Тюменского индустриального университета в рамках преподавания академической дисциплины «История» (реализация проекта планируется с 2019–2020 учебного года). В соответствии с данной моделью обучающиеся экспериментальных образовательных программ в рамках требований Федеральных государственных образовательных стандартов смогут выбирать вариативные практические курсы с целью реализации индивидуальных запросов по углубленному изучению одной из выбранных проблематик: «Личности в истории конца IX — начала XXI веков»; «Социально-экономическое развитие и проблемы модернизации в истории России»; «Геополитическое положение и внешняя политика Российского государства»; «История российской государственности и общественно-политической жизни»; «История культуры России» и так далее.

Эффективность личностно-ориентированного обучения, нацеленного на совместное выполнение субъектами образования проектирования и апробации результатов интеллектуальной инженерной деятельности, мотивирует преподавателей к разработке адекватных педагогических технологий [12]. Изменение в рамках гуманитаризации образовательной парадигмы позволяет перейти от информационно-трансляционного формата образования к личностно-созидательному. Поиск новых гуманитаризационных образовательных форматов привел к пониманию необходимости использования при подготовке инженерных кадров технологии геймификации, которая интегрирует различные игровые инструменты обучения, мотивируя обучающихся и преподавателей на достижение новых результатов в образовательной деятельности. В целом геймификацию образования стоит рассматривать не в контексте создания образовательных игр, а в аспекте формирования сообщества, участники которого помогают друг другу, соревнуются друг с другом и мотивируют друг друга. Элементы образовательной технологии геймификации уже используются преподавателями университета в рамках целого ряда дисциплин — «Философия», «История и философия науки», «Психология и педагогика высшей школы» и другие. Вместе с тем реализация данной задачи требует проведения целого комплекса мероприятий — организационно-управленческих, финансово-экономических, учебно-методических, включая содержательно-формальную трансформацию образовательного процесса, в том числе, поиск внутренних ресурсов технического университета в изменении и совершенствовании системы переподготовки педагогических кадров.

Подготовка инженерных кадров в рамках гуманитаризации в своей повседневности не должна ограничиваться только рамками сугубо учебного процесса. Данный подход актуализирует переориентацию традиционного формата учебно-образовательной деятельности на новые тренды, направленные на комплексное, всестороннее, творческое развитие личности, подразумевающее изменение самой роли обучающегося, превращение его в активного участника процесса познания [13], на развитие как традиционных, так и новационных технологий обучения.

В Тюменском индустриальном университете апробируется целый спектр дополнительных технологий посредством организации участия студентов технических направлений подготовки:

- во всероссийской акции «Исторический диктант», в международной акции «Тест по истории Великой Отечественной войны» (организаторы: Молодежный парламент при Государственной Думе Федерального собрания Российской Федерации, Общественная молодежная палата при Тюменской областной Думе);

- в ежегодном Тюменском областном конкурсе краеведческих работ;

- в конкурсах Тюменского индустриального университета студенческих научных работ имени В.И. Муравленко;

- в торжественных мероприятиях, посвященных юбилейным датам деятелей, внесших заметный вклад в развитие региона;

- в творческих встречах с учеными, представителями творческой интеллигенции, практиками;

- в региональном конкурсе студенческих научных работ по различным направлениям;

- во всероссийских конкурсах молодежных авторских проектов в сфере образования, направленных на социально-экономическое развитие российских территорий «Моя страна — моя Россия»; во всероссийских конкурсах «На лучшую студенческую научную работу», «Моя законотворческая инициатива»;

- во всероссийском конкурсе научно-исследовательских работ студентов и аспирантов вузов России по естественным, техническим и гуманитарным наукам «Шаг в науку», «Богатство России»;

- в работе философского клуба «Койнония» — региональной площадке молодежного философского сообщества;

- в открытых лекториях исторические чтения «Настоящее. Прошлое» (в рамках договора о сотрудничестве между ТИУ и СО РАН); в «Открытых международных студенческих интернет-олимпиадах»;

- в городском форуме «Молодежь Тюмени» и так далее.

Представляется, что такой широкий спектр интересов обучающихся способствует преодолению стереотипов технократического мышления, утверждению их гуманитарной культуры.

Выводы

Таким образом, к гуманитаризационным аспектам образовательного процесса целесообразно отнести создание особой творческой атмосферы обучения будущего специалиста, в том числе, посредством обеспечения возможности общекультурного развития обучающихся. Гуманитаризация инженерного образования как целостный процесс трансформации образовательного пространства технического вуза способствует формированию новой модели будущего специалиста. Представляется, что в данном контексте речь должна идти не об отдельных мероприятиях, а о формировании:

- новой парадигмы инженерного образования, включающей подготовку специалистов инженерного профиля, владеющих широким спектром ключевых компетенций (hard skills и soft skills), конкурентоспособных на региональном рынке труда, владеющих социокультурными навыками;

- новой культурно-образовательной среды, способствующей самоактуализации личности студента, превращение её из средства в цель, из объекта в субъект культурно-образовательной деятельности; культурно-образовательного пространства, создающего условия для построения индивидуальной траектории профессионального развития и успеха обучающихся и выпускников;

- новой модели выпускника инженерного вуза — личности, культурно адаптированной в современном мире; специалиста, готового к социально-гуманитарной направленности инженерной деятельности, к творческой и социальной активности.

Резюмируя, представляется возможным актуализировать — в рамках образовательной политики Российской Федерации высшей технической школы — концепт гуманитаризации нацелен на опровержение профессиональной ограниченности и развитии таких способностей будущих инженеров, которые угнетаются в ходе профессионализации и специализации. Преодоление узкого технократического мышления возможно только на основе широкого социокультурного знания, в котором особая роль принадлежит общегуманитарному и методологическому знанию.

Библиографический список

- [1] Орешников И.М. Культурно-гуманистическая парадигма инженерно-технического образования // История и педагогика естествознания. – 2015. – № 4. – С. 9–12.
- [2] Заседание совета по науке и образованию. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/45962> (дата обращения: 23.06.2014).
- [3] Российское образование: федеральный портал. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://lenta.ru/articles/2017/02/01/vasileva/> (дата обращения: 01.02.2017).
- [4] Котюков М. Остров – это образовательный интенсив, а не аттестационная комиссия. 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ntinews.ru/blog/interview/ostrov-eto-obrazovatelnyy-intensiv-a-ne-attestatsionnaya-komissiya.html> (дата обращения: 14.09.2019).
- [5] Середкина Е.В., Черникова И.В. Гуманитаризация обучения профессиональным дисциплинам // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Культура. История. Философия. Право. – 2015. – № 2. – С. 38–40.
- [6] Князева Е.Н. Сложное мышление. Философия мышления. – Одесса: Печатный дом, 2013. – С. 17–38.
- [7] Ясперс К. Современная техника. Новая технократическая волна на Западе. – Москва: Пресс, 1986. – С. 119–128.
- [8] Пиралова О.Ф. Гуманитаризация обучения профессиональным дисциплинам. Теоретические основы оптимизации обучения профессиональным дисциплинам в условиях современного технического вуза. – Москва: Академия естествознания, 2011. – С. 38.
- [9] Рапацевич Е.С. Гуманитаризация образования: психолого-педагогический словарь. – Минск: Современное слово, 2006. – С. 138–139.
- [10] Буланова-Топоркова М.В. Педагогика и психология высшей школы. – Ростов на Дону: Феникс, 2002. – С. 17–18.
- [11] Гуманитаризация инженерного образования. Компетентностная модель специалиста-инженера [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www-tst.vstu.ru/razrabotka/gumanitarizatsiya-inzhenerogo-o.html> (дата обращения: 23.07.2019).
- [12] Алисултанова Э.Д. Смена парадигмы инженерного образования. Компетентностный подход в инженерном образовании: монография. – Москва: Академия Естествознания, 2010. – С. 29.

- [13] Смышляева Л.Г., Сивицкая Л.А., Качалов Н.А. Активные образовательные технологии как условие реализации компетентностного подхода в высшей школе. – Томск: Известия Томского политехнического университета, 2006. – С. 235–240.

References

- [1] Oreshnikov, I.M. (2015). Cultural and humanistic paradigm of engineering education. *History and Pedagogy of Natural Sciences*, 4, 9–12.
- [2] *Meeting of the council on science and education* (2014, June). Retrieved from: <http://kremlin.ru/events/president/news/45962>; <http://science.gov.ru/>.
- [3] *Russian education: federal portal*. (2017, February). Retrieved from: <https://lenta.ru/articles/2017/02/01/vasileva/>.
- [4] Kotyukov, M. (2019). *Ostrov is an educational intensive, but not an attestation commission*. Retrieved from: <https://ntinews.ru/blog/interview/ostrov-eto-obrazovatelnyy-intensiv-a-ne-attestatsionnaya-komissiya.html>.
- [5] Seredkina, E.V., & Chernikova, I.V. (2015). Humanitarization of training in professional disciplines. *Bulletin of Perm National Research Polytechnic University. Culture. History. Philosophy*, 2, 38–40.
- [6] Knyazeva, E.N. (2013). *Complex thinking. Philosophy of thinking*. Odessa: Pechatnyy dom.
- [7] Jaspers, K. (1986). *Modern technology. New technocratic wave in the West*. Moscow: Press.
- [8] Piralova, O.F. (2011). *Humanitarization of training in professional disciplines. Theoretical foundations of the optimization of training in professional disciplines in a modern technical university*. Moscow: Academy of Natural Sciences.
- [9] Rapatsevich, E.S. (2006). *Humanitarization of education. Psychological and pedagogical dictionary*. Minsk: Sovremennoe Slovo.
- [10] Bulanova-Toporkova, M.V. (2002). *Pedagogy and psychology of higher education*. Rostov-on-Don: Feniks.
- [11] The humanitarization of engineering education. Competence model of a specialist engineer. Retrieved from: <http://www-tst.vstu.ru/razrabotka/gumanitarizatsiya-inzhenernogo-o.html>.
- [12] Alisultanova, E.D. (2010). *The paradigm shift in engineering education. The competency-based approach in engineering education*. Moscow: Academy of Natural Sciences.
- [13] Smyshlyayeva, L.G. Sivitskaya, L.A. & Kachalov, N.A. (2006). *Active educational technologies as a condition for implementing the competency-based approach in higher education*. Tomsk: Bulletin of the Tomsk Polytechnic University.

Получена / Submitted: 30/09/2019

Доработана / Revised: 14/11/2019

Принята к публикации / Accepted: 29/11/2019

УДК 394:314.15

ЭТНИЧЕСКОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО И НАСЕЛЕНИЕ РЕГИОНА: ОПЫТ СОЦИАЛЬНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ

Сергей Геннадьевич Симонов¹, Макка Алаудиновна Хаматханова¹, Ольга Васильевна Ямова¹

¹*Кафедра экономики и организации производства, Тюменский индустриальный университет, Тюмень, Российская Федерация*

Аннотация. В статье предложен методологический подход к исследованию этнического предпринимательства, при котором отправной точкой выступает этническая общность. На основе анализа генезиса выявлены базовые характеристики этнического предпринимательства, к которым авторы относят относительную отчужденность, малочисленность, обязательную связь данной этнической общности с территорией исхода. Определены роль и место диаспоры как наиболее развитой формы этнической общности в становлении этнического предпринимательства на уровне региона. Придавая этническому предпринимательству национальный колорит, она также обеспечивает его адаптацию, стабильность и продолжительность функционирования в регионе пребывания. Аргументируется тезис о том, что устойчивые темпы формирования диаспор в России, как полиэтнической стране, позволяют позиционировать современное этническое предпринимательство как диаспоральное. Произведена группировка субъектов этнического предпринимательства в современной России. Даны результаты проведенного авторами исследования социального взаимодействия этнических предпринимателей и населения Тюменской области.

Ключевые слова: этническая общность, диаспора, мигранты, исследования социального взаимодействия, региональный социум.

Ethnic Business and Population of the Region: Experience of Social Interaction

Sergey G. Simonov¹, Makka A. Khamatkhanova¹, Olga V. Yamova¹

¹*Department of Economics and Organization of Production, Industrial University of Tyumen, Tyumen, Russian Federation*

Abstract. The article proposes a methodological approach to the study of ethnic entrepreneurship, in which the ethnic community is the starting point. Based on the analysis of the genesis of the latter, the basic characteristics of ethnic entrepreneurship are identified, to which authors include alienity, relative paucity, and the mandatory connection of this ethnic community with the territory of the outcome. The role and place of the diaspora as the most developed form of ethnic community in the formation of ethnic entrepreneurship at the regional level are determined. Giving ethnic color to ethnic entrepreneurship, it also ensures its adaptation, stability and duration of operation in the host region. The thesis argues that the steady pace of the formation of the diaspora in Russia as a multiethnic country, allow you to position entrepreneurship as a modern nation diaspora. A grouping of ethnic entrepreneurship in modern Russia. The results of a study of the social interaction of ethnic entrepreneurs and the population of the Tyumen region by the authors are given.

Keywords: ethnic community, diaspora, migrants, study of the social interaction, regional society.

Введение

Взаимодействия различных этносов затрагивают все сферы общественной жизни, включая хозяйственную. В рамках последней особый интерес представляет предпринимательство, дающее возможность ощутить экономическую свободу, наладить свой бизнес и сделать его успешным. В широком смысле слова предпринимательская деятельность любого этноса может считаться этнической. Однако очевидно, что такой подход не позволяет выявить сущность данного феномена, его специфику, социально-экономическую окраску, а также главное — позиционировать как богатое, многогранное явление хозяйственной жизни

общества. Исследование этнического предпринимательства в узком смысле слова требует определенной методологии его понимания, где отправной точкой служит, на наш взгляд, этническая общность [1]. Разработка подобной методологии потребовала постановки и решения ряда исследовательских задач, в числе которых в первую очередь можно назвать отслеживание генезиса такого сложного явления, как этническое предпринимательство, выявление базовых характеристик последнего, формата и представляющих его субъектов в современной российской бизнес-среде, а также изучение реакции населения Тюменской области на формирование диаспор и развитие этнического предпринимательства.

В качестве гипотез, верификация которых осуществлялась в рамках исследования, нами заявлено следующее:

- этническое предпринимательство представляет собой устойчивый социально-экономический феномен, неотъемлемыми атрибутами которого выступают относительная малочисленность, отчужденность и связь с территорией исхода;
- в современной России, в силу ее полиэтничности, этническое предпринимательство является по своей сущности диаспоральным;
- социальные взаимодействия этнического предпринимательства с региональным социумом осуществляются двояко в зависимости от персонификации последнего: в качестве потребителя и в качестве наемной рабочей силы.

Материалы и методы

Уникальность этого достаточно сложного, синтетического понятия состоит в том, что оно вбирает в себя два начала: природное и социальное. На ранних стадиях развития человеческой цивилизации доминировало природное начало, однозначно отражающее генетическую связь членов этнической общности как национальную (единокровную), расовую (по цвету кожи), перцептуальную (данную в ощущениях, особенностях психики) и тому подобное. В дальнейшем по мере развития разнообразных видов общественного разделения труда, его специализации на первый план вышло социальное начало. Именно оно стало определять весь последующий генезис этнической общности, обогащая не только уже существующие атрибуты последней (язык, обычаи и обряды), но и привнося новые (традиции, фольклор, местоположение, сфера занятости, конфессиональность, общественная статусность и другое). Как итог — современная жизнь поражает многообразием форм этнических общностей [2].

Важным результатом процесса социализации является мобильность этнических общностей, их территориальные перемещения и закрепление в той или иной стране, регионе. История свидетельствует, что это касается в основном относительно немногочисленных этнических общностей, покидающих территорию исхода [3]. Последнее особо важно для объекта нашего анализа — этнического предпринимательства, поскольку позволяет, на наш взгляд, выделить его базовые характеристики.

Результаты и обсуждение

Однако, как показали наши и другие исследования [4–6], указанных характеристик (отчужденности и относительной малочисленности) недостаточно для становления этнического бизнеса в регионе как устойчивого социально-экономического феномена. Например, проживающие на территории Тюменской области уже более трех десятилетий и занимающиеся предпринимательской деятельностью выходцы из Закавказья (Азербайджана, Армении, Грузии) в известной степени потеряли свою этническую идентичность (хуже знают или даже почти не знают свой родной язык, не соблюдают обряды, редко и по сути уже в качестве гостей посещают родину своих предков, мало поддерживают национальные традиции и обычаи и тому подобное). Такая утрата национальной самобытности сделала во

многим эту часть хозяйствующих субъектов похожей на местный средний и малый бизнес, представленный столетиями, проживающими в регионе и по сути ставшими коренными этносами — русскими, татарами и другими. Пожалуй, сегодня их объединяют только компактность проживания в чужом регионе, общность этнической родины, отчасти языка и ряда еще сохранившихся традиций. Известную солидарность и консолидацию предприниматели-выходцы из Закавказья, ведущие свой бизнес в Тюменской области, проявляют лишь в ситуациях претензий к ним или давления на них со стороны коренного населения и местных органов власти [7]. Отсюда еще одной, по нашему мнению, важной базовой характеристикой этнического предпринимательства является обязательная связь данной этнической общности с территорией исхода.

Такая связь может быть обеспечена за счет сохранения, трансляции и развития культурных ценностей этнической родины: языка, традиций, обычаев, национального делового этикета и так далее. Наш многолетний опыт изучения межэтнических проблем убеждает, что социальной средой подобного обеспечения может служить только диаспора, как наиболее зрелая форма этнической общности [8–10]. Именно она является той питательной средой, которая придает этническому предпринимательству национальный колорит. Устойчивость диаспоры, достигаемая посредством внутренней способности к самоорганизации (органы самоуправления, политические, культурно-просветительные, образовательные и другие общественные объединения), не только облегчает адаптацию этнических предпринимательских структур, но и обеспечивает стабильность и продолжительность их функционирования в регионе пребывания [11]. В то же время диаспора — это своеобразный анклав, социальный организм в совокупности его институтов и членов, связанных с ней общей ментальностью, но заметно отличающихся от остального населения региона и вынужденно подчиняющихся принятому в нем порядку [12]. Известная автаркия диаспоры в региональном социальном пространстве отражает не только стремление к самосохранению, боязнь ассимиляции и утраты своей национальной культуры, языка, традиций и обычаев. В глазах регионального социума и местного бизнес-сообщества она выполняет функцию защиты экономических и политических интересов представителей этнического предпринимательства, но при этом сдерживает процесс интегрирования в единую социокультурную среду региона многих духовных ценностей, препятствует диалогу членов диаспоры со здешним населением, снижает кредит доверия последнего всему контингенту этнических мигрантов, способствует созданию образа «чужаков».

Успешность и темпы формирования диаспор в такой полиэтнической стране, как Россия, дают возможность позиционирования современного этнического предпринимательства как *диаспорального* по своей сути [13]. Сегодня во многих регионах страны, в том числе и Тюменской области, оно представлено двумя группами субъектов, первую из которых образуют внешние мигранты (в основном выходцы из стран Средней Азии и Китая). Их появление в регионе обусловило возникновение этнического диссонанса, связанного с плохим знанием русского языка, обычаев и культуры коренных народов территории пребывания, с не восприятием хозяйствующих субъектов ввиду их религиозных убеждений или конфессиональной принадлежности и даже с личной неприязнью. На наш взгляд, это способно привести к следующим негативным социально-экономическим последствиям: снижению покупательского спроса, ограниченному выбору поставщиков и смежников, отсутствию конкуренции на локальных рынках территории, росту региональной безработицы и так далее.

Вторую группу формируют внутренние мигранты (в большинстве выходцы из республик Северного Кавказа). Данным хозяйствующим субъектам присущи исторически заложенная коммерческая жилка, умение торговаться и склонить на свою сторону клиента, знание рыночных рисков и правильная их оценка, межэтническая солидарность, способность эффективно работать с наличкой и прочее. Добавим, что этнические предпринимательские

структуры, функционирующие в условиях неопределенности и высокого риска, зачастую не имеют большой возможности реально конкурировать с субъектами хозяйствования на местах. Это приводит к тому, что в большинстве регионов страны они уходят в теневой сектор экономики, поскольку по своим масштабам представлены средними, малыми и микропредприятиями, деятельность которых не столь прозрачна, как деятельность крупных компаний [14]. Специфика теневого сектора такова, что деятельность представленных здесь предпринимательских структур легитимна, однако получаемые доходы ими частично или полностью скрываются. Пожалуй, такие возможности субъектов этнического предпринимательства действовать в «тени» во многом кроются в диффузии хозяйственной деятельности на основе мобильной торговой инфраструктуры, начиная от дискаунтеров, павильонов и киосков по продаже овощей и фруктов и заканчивая разъездной торговлей, торговыми палатками и даже уличной торговлей [15]. Представляется, что для обеспечения безопасности своей хозяйственной деятельности этническим предпринимателям необходимы консолидация с представителями других этнических общностей, а также поиск рыночных ниш для диверсификации своего бизнеса.

Что касается реакции населения Тюменской области на формирование диаспор и развитие этнического предпринимательства, то она пережила, на наш взгляд, определенную эволюцию. Вначале имела место некоторая настороженность при появлении непривычно большого числа этнических мигрантов. Затем она стала исчезать, когда региональный социум ощутил пользу от их присутствия (приводили территорию в порядок, заполняли самые дефицитные ниши на региональном рынке труда и тому подобное). Местное население достаточно толерантно относилось к различиям в менталитете и национальным обычаям представителей диаспор, не требовало, как это имеет место сейчас, знания языка территории их пребывания, охотно вступало в контакт и прибегало к их услугам.

В последние годы социально-экономическая ситуация в стране и ее регионах существенно изменилась. В Тюменской области это нашло свое выражение в трансформациях этнических предпринимательских структур среднего и малого формата: активизации деятельности азербайджанских, армянских, дагестанских, чеченских предпринимателей, становлении предпринимательства «второго эшелона» из числа представителей таджикской, узбекской, казахской диаспор, усилении конкуренции между местными и этническими предприятиями и так далее. Известная настороженность местного населения, неоднозначность его восприятия самого поведения субъектов этнического предпринимательства (ярко выраженная языковая сегрегация, демонстрация жителям территории стандартов, образцов и норм поведения, которые представители диаспор практикуют у себя на этнической родине, колонизация ими отдельных сегментов потребительских рынков в регионах с очевидным преобладанием русскоязычного населения и другое) серьезно актуализируют проблему социальных взаимодействий и требует ее дополнительного изучения [16]. В связи с этим в 2018–2019 годах нами было проведено исследование взаимодействия населения Тюменской области с этническим предпринимательством, в котором приняли участие более 700 жителей региона. В первую очередь было выяснено отношение регионального социума в качестве *потребителя* к предпринимательской деятельности среднего и малого формата представителей различных этнических групп (11 диаспор) на территории области. Как показали результаты, более 2/3 респондентов (71,3 %) высказали положительное отношение к среднему и малому этническому предпринимательству, еще 10,4 % опрошенных относятся к нему нейтрально. Отрицательную позицию занимают лишь 11,8 % населения региона, а 6,5 % респондентов затруднились ответить. Очевидно, что часть опрошенных, занимающих нейтральную позицию или не имеющих ее вообще, мало знакомы с подобным социально-экономическим взаимодействием.

В ходе анализа установлено, что на территории Тюменской области основными сферами деятельности средних и малых этнических предприятий являются торговля товарами потребительского назначения и услуги населению. На вопрос «Как часто Вы контактируете с представителями этнических предприятий среднего и малого формата?» 80,2 % жителей Тюмени ответили «Часто», 15,0 % — «Редко», 4,8 % — «Практически не контактирую». Конкретизация полученных результатов опроса в разрезе направлений социально-экономического взаимодействия дает гораздо более полную картину:

- покупка овощей и фруктов — 69,5 %;
- покупка мяса и мясных продуктов — 14,7 %;
- покупка рыбы, рыбных и рыбоконсервных продуктов — 12,0 %;
- покупка молока, молочных и сыромолочных продуктов — 6,1 %;
- покупка хлеба и хлебобулочных изделий — 7,7 %;
- посещение кафе, ресторанов и других объектов «индустрии досуга» (шашлычных, закусовых, чайханы и тому подобное) — 36,6 %;
- ремонт жилья — 23,3 %;
- услуги на дачном участке, загородном доме — 15,2 %;
- уборка квартиры — 7,0 %;
- работы, требующие простого физического труда, — 9,9 %.

Разумеется, проведенное исследование не смогло охватить все направления социально-экономического взаимодействия средних и малых этнических предпринимательских структур с населением региона, рассматриваемым в качестве потребителя. Однако уже приведенные цифры красноречиво свидетельствуют о глубине и значимости подобного диалога, а также перспективах его продолжения.

Большой практический интерес, на наш взгляд, представляет дифференциация услуг, оказываемых этническим предпринимательством, по национальному признаку (таблица 1).

Таблица 1. Распределение видов услуг этнического предпринимательства по национальному признаку

Услуги этнического предпринимательства	Этническое предпринимательство по национальному признаку										
	Азербайджанцы	Армяне	Грузины	Дагестанцы	Таджики	Узбеки	Киргизы	Китайцы	Казахи	Ингуши	Чеченцы
Овощи и фрукты	+			+		+	+				
Мясо и мясопродукты	+	+	+						+		
Рыба и рыбопродукты								+		+	+
Молоко и молочные продукты	+		+						+		
Хлеб и хлебобулочные изделия			+			+	+				
Ремонт жилья		+			+						
Услуги частных такси		+								+	
Услуги на дачных участках					+		+		+		
Уборка квартир, жилых помещений					+		+				
Работы, требующие простого физического труда					+	+	+				
Ремонт обуви, одежды		+	+					+			
Бытовые и электроприборы, компьютерная техника								+			+
Стройматериалы, уголь, дрова				+				+		+	+
Цветы	+			+		+					
Услуги «индустрии досуга»	+	+	+	+		+					

Приведенные данные показывают, что каждая из рассматриваемых нами 11 диаспор Тюменской области имеет свой спектр услуг населению, заполняющих ниши потребительского рынка региона. Уровень рыночной активности этнических предприятий отражает суммарное число знаков «+». По ним же можно судить и о векторах и приоритетах экономического поведения субъектов хозяйствования среднего и малого формата, а также в известной мере о конкуренции в разрезе сегментов потребительского рынка Тюменской области.

Так, в рыночных сегментах, представленных продажей овощей и фруктов, мяса и мясных продуктов, конкурируют между собой четыре диаспоры. В других сегментах потребительского рынка (например, продажа рыбы и рыбных продуктов, хлеба и хлебобулочных изделий, ремонт одежды и обуви и другое) — по три диаспоры. В то же время существуют рыночные сегменты, где имеет место известная монополия. Речь идет об услугах кафе, ресторанов, шашлычных и прочих объектов «индустрии досуга», находящихся в основном в руках представителей диаспор Закавказья, а также об услугах и работах, требующих простого и малоквалифицированного физического труда и представленных диаспорами Средней Азии. Следует сказать, что развитие среднего и малого этнического предпринимательства за последние годы сопровождалось деятельным его участием в формировании инфраструктуры потребительского рынка. Причем это не только традиционная аренда торговых площадей, но и их приобретение в собственность, и даже участие (часто на долевых началах) в строительстве инфраструктурных объектов. Пока, правда, масштабы объектов рыночной инфраструктуры, принадлежащей к этническим предпринимательским структурам среднего и малого формата, не столь большие, как у крупных компаний регионального и муниципального уровней. Тем не менее представители среднего и малого этнического предпринимательства своей расширяющейся сетью дискаунтеров, киосков, бутиков и даже торговых палаток, обеспечивающей экономию на издержках, привлекают местных потребителей относительно невысокими ценами на продукцию, удобством расположения и режимом работы и так далее.

Это подтвердили ответы населения Тюменской области на вопрос «Каково Ваше отношение к наличию в населенных пунктах региона объектов инфраструктуры потребительского назначения, принадлежащих этническим предпринимателям?»:

- 25,5 % респондентов относятся положительно и видят удобство данных объектов в их шаговой доступности;
- 33,4 % опрошенных также относятся положительно и считают, что цены на предоставляемые товары и услуги мало отличаются, а зачастую ниже цен других торговых предпринимателей;
- 19,6 % жителей Тюмени заявили, что относятся толерантно и воспринимают как временное явление, которое исчезнет по мере качественного развития своей (местной) рыночной инфраструктуры;
- 12,2 % населения региона относятся настороженно по причине боязни вытеснения местных предпринимателей и монополизации городских и районных потребительских рынков «чужаками»;
- 9,3 % респондентов настроены негативно, поскольку, по их мнению, это ведет к неплановой и нерациональной застройке и размещению инфраструктурных объектов во дворах жилых домов, трудностям проверки и соблюдения сертификатов качества продаваемой продукции, санитарных норм и безопасности самих торговых конструкций.

Несмотря на то, что более половины жителей региона позитивно относятся к наличию в населенных пунктах инфраструктурных объектов, принадлежащих этническим предпринимателям, акцентировать данный процесс, по нашему мнению, следует весьма осторожно. Сиюминутные выгоды местного потребителя могут со временем обрести серьезными проблемами, часть из которых уже была упомянута выше в ответах

респондентов (монополизация локальных потребительских рынков, неплановая застройка дворов, скопление тары и отходов и тому подобное). Другая часть проблем носит стратегический характер и связана с комплексным развитием городских агломераций, а также местом и ролью в нем принадлежащей этническим предпринимателям инфраструктуры торгового и бытового назначения [17].

Исследование взаимодействия этнического предпринимательства и населения будет неполным, если ограничиться рассмотрением последнего лишь в качестве потребителя товаров и услуг. Наряду с этим региональный социум постоянно вступает в трудовые отношения с этническими работодателями, позиционируя себя как *наемная рабочая сила*. Как показало изучение экономической и социологической литературы, такому ракурсу анализа взаимодействия диаспорального бизнеса и населения региона почти не уделялось внимания. Скорее всего, это связано, во-первых, с тем, что во многих российских регионах процесс становления этнического предпринимательства далек от завершения, а потому о подобном социальном взаимодействии говорить еще рано. Во-вторых, вступление регионального социума в трудовые отношения с этническими работодателями в качестве наемной рабочей силы — это проблема политико-экономического анализа, затрагивающая не поверхностные интересы основных субъектов диалога («потребитель — производитель»), а глубинные («наемный труд — капитал»). Ее решение требует анализа трех видов трудовых отношений:

- отношений между этническими работодателями и наемной рабочей силой, представленной местным населением;
- отношений между наемной рабочей силой из числа местного населения и наемной рабочей силой, представленной этносом данной этнической предпринимательской структуры;
- отношений между этническими работодателями и наемной рабочей силой — выходцами из той же диаспоры.

Важно добавить, что возникающие здесь экономические противоречия между трудом и капиталом имеют не просто классическую форму проявления, а окрашены еще в этнические «тона». Изучение взаимодействия этнического предпринимательства и населения региона, позиционирующего себя как наемная рабочая сила, затруднено получением эмпирического материала для анализа, малой доступностью к информации о «внутренней кухне» средних и малых этнических предприятий. Отметим, что не только сами их владельцы, но и нанятая на этих предприятиях рабочая сила, представленная выходцами из данной диаспоры, неохотно идут на контакт, весьма осторожно относятся к проводимой на эту тему социодиагностике (анкетированию, интервьюированию, экспертным оценкам и тому подобное) [18].

Региональный социум, нанятый на этнических предприятиях среднего и малого формата, более расположен к диалогу, что позволяет лучше понять внутреннюю бизнес-среду и трудовой микроклимат. На вопрос «На Ваш взгляд, развитие среднего и малого этнического предпринимательства увеличивает занятость местного населения и снижает уровень безработицы в регионе?» 18,6 % респондентов в целом дали положительный ответ. Примерно каждый пятый из опрошенных представителей регионального социума (21,7 %) также отметил повышение занятости, но нередко без официального оформления на работу (без соцпакета). Треть жителей Тюменской области (32,6 %) считает, что развитие среднего и малого этнического предпринимательства лишь временно повышает занятость местного населения, но на уровне безработицы реально не сказывается. Более пессимистично высказались 15,1 % респондентов, не видящих роста вакансий рабочих мест на этнических предприятиях, поскольку предпочтения часто отдаются «братьям по крови», и отмечающих здесь высокую текучесть кадров среди представителей местного населения. Еще 12,0 % опрошенных жителей Тюмени затруднились с ответом, связав это с недавним своим устройством на работу и слабой адаптацией на новом месте.

Определенные представления о трудовой атмосфере внутри этнической предпринимательской структуры дает оценка наемной рабочей силой из числа представителей местного населения своих отношений с этническим работодателем. В ходе опроса выяснилось, что свыше 1/3 респондентов оценивают свои отношения с этническим работодателем как очень хорошие («Он поощряет мою инициативу и карьерные устремления» — 10,5 %) или как просто хорошие («Он одинаково относится как ко мне, так и к работникам-представителям его же диаспоры» — 24,8 %). Характерно, что почти половина работающих на этнических предприятиях жителей Тюмени (47,2 %) рассматривает складывающиеся здесь трудовые отношения как строго деловые, официальные, считая это вполне нормальным при работе по найму.

Однако не всех местных жителей, занятых в этнических предпринимательских структурах, такой технократизм устраивает. 13,7 % респондентов оценивают свои отношения с этническим работодателем как безучастные («Не обижает, но чувствуется некое безразличие ко мне как к человеку, личности»). По их мнению, акцент на технократические установки, игнорирование «public relations», сдерживание процесса социализации личности порождают коммуникационный вакуум, социальную напряженность в коллективе, душевный дискомфорт, затягивают период адаптации, делают труд монотонным и мешают распространению передовых методов и приемов работы.

Доля работающих на этнических предприятиях жителей региона, оценивающих свои отношения с работодателем как напряженные, но пока не доходящие до социального конфликта, составляет в настоящее время всего 3,8 %. Вместе с тем она, по нашему мнению, может значительно возрасти, если по-прежнему в сфере этнического предпринимательства не будет уделяться должного внимания человеческому фактору. Для того чтобы получить известное представление о взаимодействии наемной рабочей силы из числа местного населения с наемной рабочей силой выходцев из диаспоры, в ходе проводимого исследования региональному социуму был задан вопрос «Испытываете ли Вы какую-либо дискриминацию по национальному признаку, работая в этнических предпринимательских структурах?».

Как удалось выяснить, 26,1 % опрошенных совсем не испытывают какой-либо национальной дискриминации и полагают, что отношения между работниками предприятия основаны на взаимном уважении. Это работники этнических предприятий, в основном принадлежащих представителям азербайджанской, дагестанской, грузинской диаспор. Более 1/3 респондентов хотя и не испытывают дискриминации по национальному признаку, однако ощущают языковой барьер в отношениях с коллегами из числа диаспор (35,2 %). Большинство из них трудится в средних и малых предпринимательских структурах, собственниками которых являются представители армянской, ингушской и чеченской диаспор.

Жители Тюмени, которые проработали в этнических предпринимательских структурах более года, указали, что немного начали испытывать признаки национальной дискриминации, когда на предприятии доля работников из числа местного населения существенно снизилась (19,0 %). 12,8 % представителей регионального социума отметили, что испытывают постоянно дискриминацию по национальному признаку через ощущения попадания в инородную среду (язык, рацион питания, обычаи и другое), одиночества, душевного дискомфорта, конфессиональной принадлежности и прочее.

Детализация вопроса показала, что речь идет о предпринимательских структурах среднего и малого формата, принадлежащих представителям китайской, таджикской и отчасти узбекской диаспор. Свое мнение о национальной дискриминации затруднились выразить 6,9 % опрошенных жителей Тюменской области, работающих на этнических предприятиях.

Выводы

Резюмируя вышесказанное, можно констатировать, что этническое предпринимательство есть итог достаточно длительного исторического развития этнических общностей в целом и диаспор в частности. В современной России подобная эволюция определила его формат в виде средних и малых бизнес-структур, а также представляющих их хозяйствующих субъектов в лице внешних и внутренних мигрантов. Диаспоральная устойчивость, «замешанная» на способности к самоорганизации и консолидации с другими этническими общностями, обеспечивает необходимый уровень защищенности экономических и политических интересов этнических предпринимателей. Это особо заметно по результатам анализа взаимодействий последних с населением Тюменской области. В рамках проводимого нами исследования рассматриваемой проблемы на уровне региона удалось установить, что этнический бизнес гораздо в большей степени (на 20–25 %) привлекает рабочую силу из представителей своей диаспоры, чем со стороны, обретая тем самым присущую ему ментальность, привнося в трудовой процесс национальные черты, особенности и колорит, создавая единую языковую среду и усиливая сплочение и объединение вокруг работодателя-выходца из той же диаспоры.

Очевиден и другой факт: в ходе своего укрепления и развития этническим предпринимателям приходится привлекать рабочую силу — представителей других этносов. Тем не менее костяк образуют «свои», на которых «хозяин» опирается и которым больше, чем другим, доверяет. Такое единение и даже известная солидарность придает ему («хозяину») уверенность в успехе своей предпринимательской структуры, смелость идти вперед и оптимистично оценивать перспективы своего бизнеса.

Библиографический список

- [1] Okamura I.V. Situational ethnicity // *Ethnic and Racial Studies*. – 1981. – Vol. 4, Iss. 4. – P. 462–465.
- [2] Waldinger R. *Ethnic entrepreneurs*. – Oxford: Oxford University Press, 2000. – P. 111–135.
- [3] Cohen R. *Global diaspora*. – London: Routledge, 1997. – 238 p.
- [4] Черновская В. Кавказцы в этноконфессиональной структуре Ярославля // *Диаспора*. – 2001. – № 1. – С. 77–92.
- [5] Рожкова Л.В. Предпринимательство как способ социальной адаптации этнических мигрантов // *Известия высших учебных заведений. Поволжский регион*. – 2009. – Вып. 1, № 9. – С. 131–141.
- [6] Рязанцев С.В. Этническое предпринимательство как форма адаптации мигрантов. 2019. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.antax.ru> (дата обращения: 29.08.2019).
- [7] Simonov S.G., Khamathanova M.A., Peshkova N.N. Development of social entrepreneurship on a given territory // *Life Science Journal*. – 2014. – Vol. 11, № 7S. – P. 314–317.
- [8] Simonov S.G., Khamatkhanova M.A. *Diasporal culture: theory and practice*. – Tyumen: The printer, 2007. – 184 p.
- [9] Simonov S.G., Khamatkhanova M.A. Formation of diasporas and diaspora culture in the Tyumen region: Sociological analysis // *Omsk Scientific Bulletin*. – 2011. – Vol. 4. – P. 37–40.
- [10] Симонов С.Г., Хаматханова М.А., Сафонов Д.А. Формирование и развитие диаспорального предпринимательства на юге Тюменской области // *Экономика и предпринимательство*. – 2014. – Ч. 3, № 11. – С. 950–953.
- [11] Bernal M.E., Knight G.P. *Ethnic identity: Formation and transmission among Hispanics and other minorities*. – Albany: SUNY Press, 1993. – 331 p.
- [12] Левин З.И. Менталитет диаспоры (системный и социокультурный анализ). – Москва: ИВРАН «Квант», 2001. – 176 с.

- [13] Simonov S.G., Khamatkhanova M.A., Lysenko I.V. Problems of the formation and development of diaspora business in the regions of Western Siberia // *International Journal of Economics and Financial Issues*. – 2015. – Vol. 5. – P. 287–291.
- [14] Симонов С.Г., Хаматханова М.А. Характеристика предпосылок и условий формирования и функционирования теневого диаспорального бизнеса в регионе // Материалы международной научно-практической конференции «Проблемы устойчивого развития на макро-, мезо- и микроуровне». – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2018. – С. 155–167.
- [15] Симонов С.Г., Эпп Л.В. Формирование и развитие инфраструктуры потребительского рынка на уровне городской агломерации в странах Евразийского экономического союза. Монография. – Тюмень: Тюменский индустриальный университет, 2017. – 106 с.
- [16] Simonov S.G., Khamatkhanova M.A., Lysenko I.V., Yamova O.V. Social Orientation of Security of Small and Medium-Sized Enterprises in the Countries of the Customs Union (Russia — Kazakhstan — Belarus) // *International Journal of Business and Economics Research*. – 2016. – Vol. 14, № 9. – P. 5921–5934.
- [17] Симонов С.Г., Лысенко И.В., Сафонов Д.А. Структурно-функциональная модель взаимодействия органов власти, общества и диаспорального бизнеса на региональном уровне // *Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика*. – 2018. – № 1. – С. 38–46.
- [18] Ямова О.В., Сафонов Д.А., Симонов С.Г. Этнический бизнес в регионах России: становление и перспективы развития // *Образование и право*. – 2019. – № 1. – С. 462–465.

References

- [1] Okamura, I.V. (1981). Situational ethnicity. *Ethnic and Racial Studies*, 4, 462–465.
- [2] Waldinger, R. (2000). *Ethnic entrepreneurs*. Oxford: Oxford University Press.
- [3] Cohen, R. (1997). *Global diaspora*. London: Routledge.
- [4] Chernovskaya, V. (2001). Caucasians in the ethno-confessional structure of Yaroslavl. *Diaspora*, 1, 77–92.
- [5] Diarozhkova, L.V. (2009). Entrepreneurship as a way of social adaptation of ethnic migrants. *News of Higher Educational Institutions. Volga Region*, 1 (9), 131–141.
- [6] Ryazantsev, S.V. *Ethnic entrepreneurship as a form of adaptation of migrants*. Retrieved from <http://www.antax.ru>.
- [7] Simonov, S.G., Khamathanova, M.A., & Peshkova, N.N. (2014). Development of social entrepreneurship on a given territory. *Life Science Journal*, 11 (7S), 314–317.
- [8] Simonov, S.G., & Khamatkhanova, M.A. (2007). *Diasporal culture: theory and practice*. Tyumen: The printer.
- [9] Simonov, S.G., & Khamatkhanova, M.A. (2011). Formation of diasporas and diaspora culture in the Tyumen region: Sociological analysis. *Omsk Scientific Bulletin*, 4, 37–40.
- [10] Simonov, S.G., Khamathanova, M.A., & Safonov, D.A. (2014). Formation and development of diasporal entrepreneurship in the south of the Tyumen region. *Economics and Entrepreneurship*, 3 (11), 950–953.
- [11] Bernal, M.E., & Knight, G.P. (1993). *Ethnic identity: Formation a. transmission among Hispanics a. other minorities*. Albany: SUNY Press.
- [12] Levin, Z.I. (2001). *Diaspora mentality (systemic and sociocultural analysis)*. Moscow: IVRAN “Kvant”.
- [13] Simonov, S.G., Khamatkhanova, M.A., & Lysenko, I.V. (2015). Problems of the formation and development of diaspora business in the regions of Western Siberia. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 5, 287–291.

- [14] Simonov, S.G., & Khamathanova, M.A. (2018). *Description of the prerequisites and conditions for the formation and functioning of the shadow diaspora business in the region*. Materials of the international scientific and practical conference “Problems of sustainable development at the macro-, meso- and microlevels”. Tyumen: Industrial University of Tyumen.
- [15] Simonov, S.G., & Epp, L.V. (2017) *Formation and development of consumer market infrastructure at the level of urban agglomeration in the countries of the Eurasian Economic Union*. Tyumen: Industrial University of Tyumen.
- [16] Simonov, S.G., Khamatkhanova, M.A., Lysenko, I.V., & Yamova, O.V. (2016). Social orientation of security of small and medium-sized enterprises in the countries of the customs union (Russia — Kazakhstan — Belarus). *International Journal of Business and Economics Research*, 14, (9), 5921–5934.
- [17] Simonov, S.G., Lysenko, I.V., & Safonov, D.A. (2018). Structural and functional model of interaction between authorities, society and diasporal business at the regional level. *News of Higher Educational Institutions. Sociology. Economy. Policy*, 1, 38–46.
- [18] Yamova, O.V., Safonov, D.A., & Simonov, S.G. (2019). Ethnic business in the regions of Russia: formation and development prospects. *Education and Law*, 1, 462–465.

Получена / Submitted: 23/09/2019

Доработана / Revised: 12/11/2019

Принята к публикации / Accepted: 28/11/2019

Список ретрагированных статей научного журнала
«Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика»

В связи с нарушением этики научных публикаций по решению заседания редакционной коллегии журнала из печати отзываются следующие статьи:

- Кононова Т.М., Горева О.М. Формирование и развитие дистанционного образования // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2015. – № 2. – С. 112–113;
- Карпов В.Г. Геоинформационный подход к оценке эффективности сети нефтепромысловых дорог // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2015. – № 3. – С. 41–43;
- Подгорнова Н.А. Влияние зарубежной трудовой миграции на рынок труда региона // Известия высших учебных заведений. Социология. Экономика. Политика. – 2015. – № 4. – С. 40–43.

Изъятие (ретракция) публикаций обусловлено более ранним опубликованием дублирующего материала этих же авторов в других журналах.

Подписано в печать 23.12.2019. Формат 60х90 1/8.
Уч.-изд. л. 10,09. Усл. печ. л. 15,88. Тираж 500. Заказ № 1793
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.