

Саратовский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского

РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО  
В ЗЕРКАЛЕ СОЦИОЛОГИИ

(ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ)

*Сборник научных трудов*

Выпуск 10

Под редакцией профессора *Г.В. Дыльнова*

Издательство «НАУКА»  
2010

УДК 316.32(470)(082)  
ББК 60.5(2Рос)Я43  
Р76

**Российское общество в зеркале социологии (взгляд молодых ученых):** Сб. науч. тр. / Под ред. Г.В. Дыльнова. – Саратов: Изд-во «НАУКА», 2010. Вып. 10. - 140 с.  
ISBN 978-5-9999-0137-8

Очередной выпуск сборника содержит материалы ученых саратовских ВУЗов по весьма широкому кругу актуальных проблем развития российского общества в региональном аспекте. Особое внимание уделено качеству образовательных услуг в российском обществе, особенностям регионального рынка труда, влиянию экономического кризиса на современных российских работников, системе охраны здоровья и т.д.

Для научных работников, аспирантов, студентов, интересующихся актуальными проблемами современного российского общества.

Редакционная коллегия:  
*Г.В. Дыльнов (отв. редактор), Л.С. Аникин,  
С.Г. Ивченков, Н.В. Шахматова, И.А. Бегина (отв. секретарь)*

УДК 316.32(470)(082)  
ББК 60.5(2Рос)Я43

ISBN 978-5-9999-0137-8

©Саратовский государственный  
университет, 2010

## **ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СМИ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ**

Основными финансовыми потоками, подпитывающими средства массовой информации, выступают рекламные деньги и средства из органов государственной или муниципальной власти различного уровня. Поэтому, можно сказать, что реализация всего многообразия функций СМИ во многом зависит от гравитационного поля, образованного, в основном, соотношением этих двух денежных объемов. Если на эти маркеры «наложить» такие характеристики, как форма доля государственной собственности, степень конфликтности, особенности корпоративной стратегии, характер преподнесения материала и роль, которую СМИ занимают в системе воспроизводства культурных, экономических, политических и социальных отношений, то можно выделить 4 модели современных российских СМИ – патерналистскую, переходную, рыночную, конфронтационную. Внутри каждой модели СМИ отличаются по ряду параметров - формам, методам и характеру цензуры, степени нетерпимости к инакомыслию, уровню финансового, технологического и профессионального развития, организационной специфике и пр. Самой распространенной моделью выступает переходная, но самой востребованной и популярной – рыночная.

Подавляющее преобладание бюджетных денег в СМИ дает вне рыночную, **патерналистскую** модель функционирования со всеми вытекающими характеристиками безальтернативности интегрирования в сферу официальной политики, зависимости от чиновников, заинтересованных прежде всего в самовоспроизводстве, нацеленности на сохранение и упрочение имеющихся властных отношений, подконтрольности различным вариациям цензуры. Эта модель имеет преимущественно региональный характер. Примерно, треть всех региональных СМИ существуют вне рекламного рынка только за счет бюджетных средств и индивидуальных потребителей. От 95 до 98 процентов всех региональных и местных газет (общим числом приблизительно 2 700, в основном ежедневных) остаются рупорами правительства. Они находятся в собственности муниципалитетов, областей или республик, входящих в состав России. Практически ни одно из таких изданий не может в экономическом плане функционировать самостоятельно.

Особенно это свойственно муниципальным СМИ, учрежденным органами местного самоуправления, созданными ими организациями или местной некоммерческой организацией, а также – районным СМИ. Их доля

постоянно сокращается. Большинство зарегистрированных районных периодических печатных изданий - 1300 (или 55 процентов) - находятся в государственной или муниципальной собственности. Практически все они находятся во внерыночных условиях. Среди городских печатных СМИ таковых насчитывается всего 400 (или 17 процентов).

В деятельности этой институциональной модели СМИ доминируют функции способствования сохранению имеющихся властных элит и воспроизводству имеющихся властных отношений, передачи гражданам инструкций властных структур, официальные оценки текущего момента и отдельных событий в регионе, стране и мире, формирования у граждан официально одобренной системы ценностей, мобилизации граждан на те действия, которые власть считает необходимыми.

Преобладание рекламных денег в бюджете СМИ выступает индикатором рыночной институциональной модели. Эта модель охватывает примерно 15% всех СМИ, но имеет самую значительную долю аудитории 32%, что еще раз свидетельствует о ее эффективности и востребованности. Значимость рекламного индикатора в данной модели связана с тем, что рекламодателей много, и векторы зависимости от них уравнивают друг друга. В связи с заинтересованностью рекламодателя в обеспечении максимально широкого поля контактов СМИ (а значит его рекламы) с потребителем, зависимость от него способствует нацеленности средств массовой информации на привлечение, расширение аудитории (читателей, зрителей, слушателей) в конкурентной среде на информационном рынке. Это обуславливает большую гибкость, мобильность, разнообразие как в содержании, так и в технологии и способах преподнесения информации, инновационность и дискуссионность в работе в СМИ. На смену прямому управлению СМИ приходит влияние на них через более цивилизованные сложные, опосредованные социально-экономические механизмы. Вместе с тем, здесь возникает проблема нестабильности стратегии функционирования СМИ и популизма в формировании повестки дня, в характере преподнесения материала, нарушениях этических норм и пр.

Ярким примером этого может служить высказывание Владимира Сунгоркина, главного редактора газеты «Комсомольская правда»: «С точки зрения рекламодателя, который для нас очень важен, мы — газета, зарабатывающая деньги, мы бизнес-структура. Рекламодателя интересует аудитория в возрасте от 25 до 50 лет, т. е. дееспособная, которая платит деньги. Поэтому мы подыгрываем той аудитории, которая важна нашему рекламодателю. ...Мы ее создаем, по сути, искусственно. Мы подыгрываем одной аудитории и сознательно уклоняемся от обслуживания другой. И аудитория у нас переходящая. Есть реальная аудитория, а есть целевая. Реальная аудитория, то, что я сказал, от подростков до глубоких старцев. А нацелены мы на активную часть населения, ядро которой, кстати, среди читателей «КП» постоянно увеличивается. Так вот, целевая аудитория, которую мы обслуживаем, — это активное население страны в возрасте примерно от 30 до 50 лет. Она интересна рекламодателю, это во-вторых, а во-первых, с ней

можно работать, потому что с аудиторией, скажем, до 30 лет серьезно работать бесполезно. До 25 лет молодежь газет не читает, хотя у каждого есть свой пример какого-то умного мальчика или студентки, которые читают...».[1, С.5]

Российский рекламный медиарынок переживал серьезный кризис после 1998 года (снижение объемов на 50%) и в 2009 году, когда под влиянием экономического кризиса объем рекламы медиарынка снизился на 26% (по сравнению с предыдущим годом). Это предопределило во многом динамику развития всего рынка СМИ, который в 2009 году также сократился на 24,62%. В начале 2009 года закрылось более 60 общефедеральных журналов. Закрылись многие региональные приложения центральных изданий. Одновременно существенно пострадала региональная и местная газетная пресса, потерявшая немало изданий, тиражей и читателей. Вместе с тем, параллельно шел достаточно активный процесс создания новых СМИ. В среднем число вновь зарегистрированных СМИ в различных регионах колебалось в пределах 50–60% от числа закрытых. Поэтому говорить о коррекции информационного пространства России в ракурсе некоторого сужения поля деятельности рыночной модели СМИ.

Мобильность этой модели основывается на том, что она имеет собственный внутренний механизм и источник самосовершенствования, саморазвития, саморегулирования инфраструктуры на медийного рынка. Вместе с тем, эта модель отличается повышенной конфликтностью, по сравнению с патерналистской, тем более, что практически все конфликты в медийной сфере здесь становятся достоянием гласности. Политический и социальный контроль органов власти осуществляется здесь рыночными косвенными социально-экономическими методами. Поэтому здесь можно говорить о более значительном потенциале равновесности выполняемых институциональных социально-политических функций, когда СМИ выполняют и роль канала воздействия на общественное мнение, и роль проводника этого общественного мнения, доносящего эту информацию до органов власти.

Рыночной модели СМИ свойственна высокая информационная насыщенность, богатый рекламный бюджет, доминантный статус (особенно в форме медиа-холдингов, и крупных медиакомпаний), высокий уровень оснащенности передовыми технологиями, высокий уровень конфликтности. Здесь чаще, чем в других моделях фиксируются случаи криминального насилия против журналистов. По сути при рыночной модели СМИ приобретают иную природу - они превращаются в бизнес. Эта функция - извлекать доход из информации, делать новости товаром - меняет природу журналистики и управления СМИ. На смену пропагандистам и романтикам пера, приходят жесткие медийные менеджеры и маркетологи. В условиях формирующихся в нашей стране рыночных отношений возрастание материальных запросов, увеличение объема потребления благ в сочетании с трансформацией ментальных ценностей неизбежно трансформируют деятельность данной модели СМИ как социально-политического института, с помощью которого сознательно или бессознательно конструируются и наследуются базово значимые образцы деятельности, смыслов, значений, реализующиеся в

соответствующих моделях социально-политических практик аудитории. Они становятся акторами неоднозначных социокультурных, социально-политических влияний рекламы на общество. Так, например, в скрытом дискурсе рекламы заложена идеология консюмеризма, свойственная обществу массового потребления западного типа, но не совсем адекватная современному российскому обществу с его низким уровнем жизни в целом.

Переходная институционально - медийная модель - самая распространенная среди российских регионов форма существования СМИ, т.е. имеет в основном региональный характер и является смешанной, включая в себя модернизированную патерналистскую модель и элементы рыночной. Она отличается высокой медийной насыщенностью, наличием сектора негосударственных СМИ, - значительной долей бюджетных субсидий, лояльностью к местной администрации, которая осуществляет почти полный контроль за их деятельностью в диапазоне от умеренной дискриминации, сдержанной настороженности до либеральности, без грубых нарушений свободы СМИ, Конституции и федерального законодательства. В основном - с помощью экономических рычагов (правил аккредитации, в создании разных экономических условий для государственных и негосударственных СМИ) и создания сильной собственной информационно-имиджевой политики. Эта модель возникает при власти харизматически сильного лидера в регионе с большими бюджетными возможностями и хорошим потенциалом рынка СМИ. Наличие реального или потенциального рынка рекламы создают определенный противовес мощному государственному воздействию и заставляют местную администрацию сосуществовать с независимыми СМИ. При этом средства массовой информации функционируют менее равномерно, чем в рыночной модели, выполняя в основном канала формирования общественного мнения, и меньше - канала «обратной связи». Журналистское сообщество при этой модели либо расколото, либо находится под опосредованным контролем власти. В целом такую модель следует считать, несомненно, более прогрессивной по сравнению со многими другими, поскольку она, пусть нехотя, но позволяет развиваться независимым СМИ и содержит внутренний механизм самоизменения.

Если при всех признаках рыночной (реже – переходной) модели властные структуры пытаются воздействовать на относительно независимые современные СМИ авторитарно-командными методами, то на базе рыночной модели возникает конфронтационная медийная институциональная модель. Степень ее распространенности соотносится с уровнем стабильности общества и политической системы. В конце XX века доля подобных СМИ оценивалась примерно в 20 %. Сегодня, не смотря на экономический кризис, при относительно спокойной социально-политической ситуации в стране их доля в медиапространстве России не превышает 14%.

Рождение конфронтационной медийной модели может быть спровоцировано обострением внутрирегиональных противостояний политических группировок или столкновением экономических интересов, попыткой передела собственности в регионе. При конфронтационной модели

лидеры или элитная группа борются за личное самовоспроизводство и самосохранение себя лично, лишь формально декларируя приверженность какой-либо властной структуре, подсистеме с сопутствующими базовыми ценностями. Поэтому конфронтационная модель отличается отсутствием всяких правил в борьбе с инакомыслием, где нет сколько-нибудь серьезного прикрытия в виде общественных ценностей.

Этому способствует и то, что рыночная медийная модель по природе своей более конфликтна, чем любая другая. Сама по себе медийная конфликтность – неизбежная характеристика функционирования СМИ в силу сильных журналистских традиций необходимости сопряжения разновекторных потребностей и интересов различных социальных групп. Чем больше реальное функционирование данного института приближается к рыночной модели, тем выше уровень информационной свободы СМИ, тем выше вероятность, что будут задеты чьи-то интересы и вспыхнет конфликт. Этому способствуют и жесткость медийных менеджеров в погоне за прибылью (возрастает острота конкуренции на рынке СМИ и журналисты работают «на грани фола», стремясь добыть самую свежую сенсацию, дать самый острый материал), и достаточно часто встречающиеся ситуации нарушений журналистами этических норм и излишней ангажированности медийных публикаций, передач и пр. «Общественная экспертиза» зафиксировала тесную прямую связь между уровнем конфликтности и объемом рекламы (коэффициент корреляции 0,57). Таким образом, чем выше уровень свободы, информационной насыщенности СМИ, больше степень интегрированности масс-медиа в рекламный рынок, тем выше уровень медийной конфликтности. Таким образом, основные характеристики этой «конфронтационной» модели СМИ – высокая медийная насыщенность, большая независимость от власти, значительная интегрированность в рекламный рынок, самая высокая конфликтность в медийной сфере.

Информационный рынок г. Саратова, население которого приближается к миллиону, разнообразен и насыщен: 11 телеканалов, 10 радиостанций, почти 450 областных и городских газет. Следует отметить, что ни один из сложившихся на сегодняшний день холдингов, не выступает в оппозиции действующей власти, иными словами, все они относятся преимущественно к переходной модели СМИ. Особенностью саратовского информационно-политического пространства является доминирование переходной институциональной модели СМИ. Им свойственна официально одобряемая доминанта публикуемой информации.

Среди СМИ, проявивших в рамках переходной модели определенные признаки рыночности и имеющих острый характер публикаций, выделяются «Московский комсомолец в Саратове» (учредитель — журналистский коллектив МК), «Общественное мнение» (ООО «Общественное мнение плюс»), журнал «Саратовский взгляд», информационно-аналитический журнал «Время» (учредитель ООО «Саратовское время»). К ним можно отнести также и три крупные медиа-группы информационно-развлекательного и рекламного сектор саратовского медиа-рынка – «Телеком» (телекомпания «Телеком-ТВ»,

радиостанция «Европа плюс Саратов», рекламные газеты «Телеком» и «Центр»), «Элеко» (телекомпания «НСТ» и ряд газет рекламного характера), ЗАО ИВК «Солнечный» (телеканал «ИВК» рекламный еженедельник «Телеобъектив»). Усилению тенденции перехода саратовских средств массовой информации на рыночную институциональную модель способствует активное продвижение московских собственников на рынок местных СМИ, влекущее за собой дополнительные инвестиции, жёсткую корпоративную стратегию, граничащую с диктатом в тематической и жанровой направленности, размещении рекламы, повышение профессионализма и культуры управления. Этому же способствует достаточно интенсивное развитие рекламного рынка. По оценкам экспертов 33% рекламы приходится на телевидение, 27% — на радио, 40% — на прессу. Среди изданий-лидеров по доходности от рекламы можно выделить «Телесемь», к которой при доле рекламной продукции в 7%, доля дохода составляет 16% бюджета. На втором месте – «Парадный подъезд», на третьем – «Родной город Саратов». По объёму годового бюджета на ТВ-рекламу Саратов занимает 15 место среди 55 региональных городов, в списке крупнейших локальных рынков России — 16 место.

Элементы конфронтационной модели можно выявить в деятельности таких изданий, выпускаемые группой КПРФ («Коммунист век XX-XXI», «Коммунист Поволжья»). В сельских районных центрах и городах области, где традиционное влияние сохраняют областные и федеральные СМИ, доминирует патерналистская модель местных периодических изданий и телерадиопрограмм. По данным Министерства информации и печати, сейчас выходит 39 городских и районных газет муниципальных образований области с общим разовым тиражом в 180 тыс. экземпляров. Финансируются они из областного и районного бюджетов. Значительное воздействие на общественное мнение того или иного негосударственного учредителя СМИ

По мере продвижения от патерналистской к рыночной медийной модели уровень свободы СМИ возрастает. Степень распространенности той или иной модели определяются под воздействием многих факторов, в целом образующих региональную медийную картину, складывается в результате столкновения определенной политики местной власти с поведением СМИ, которое, в свою очередь, зависит от уровня их развития, материальной базы, инфраструктуры, информационных потребностей и покупательных возможностей населения, кадрового редакционного и журналистского потенциала, местных традиций и т.д. Важную роль здесь играют и социально-экономические характеристики регионов. Чем хуже и нестабильнее экономическая ситуация в регионах, тем труднее СМИ добиваться финансовой независимости. В рамках одного региона можно обнаружить различные модели функционирования СМИ.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

1. Кухня управляемой демократии. На вопросы Дмитрия Волкова отвечает Владимир Сунгоркин, главный редактор газеты «Комсомольская правда» // Отечественные записки 2003. № 4 (12).



## **ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ МЕЖГРУППОВЫХ КОНФЛИКТОВ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ**

Межгрупповые конфликты в трудовых коллективах (социально-экономические конфликты) возникают не только в периоды трансформации экономики государств или промышленных и экономических кризисов, но и в относительно стабильное время (причиной могут быть инновации в законодательстве, касающиеся экономической сферы, организационно-трудовые и субъективно-личностные противоречия, присутствующие в организациях).

Эмпирическую базу в изучении природы социально-экономических конфликтов составили исследования 2000-2009 гг. проведённые методами наблюдения и экспертных интервью в частных производственных предприятиях (г. Энгельс, г. Саратов, г. Москва) и в государственном ведомстве федерального значения (г. Москва). В рамках изучения социально-экономического конфликта, было принято решение видоизменить классические модели исследования, используя структурную модель и процессуально-функциональную. В структурной модели исследования акцент ставился на анализе условий, лежащих в основе конфликта, природе субъектов конфликта и предмета конфликта. В процессуально-функциональной модели анализа внимание акцентировалось на рассмотрении последовательности конфликтных эпизодов с их функциональной нагрузкой и определения влияния каждого события на последующее.

Субъектами межгрупповых конфликтов в трудовых коллективах являются исключительно неформальные группы. Порог толерантности межгрупповых конфликтов ниже, чем межличностных. Инертность межгруппового конфликта выражается в затратах времени для консолидации субъектов конфликта, в поиске внутригруппового компромисса, выработке стратегии и тактики борьбы по защите интересов группы, принятии или отторжении постконфликтной ситуации.

Многоуровневая природа и динамика развития социально-экономического конфликта предполагает его трансформацию и диверсификацию в процессе развития. На практике наиболее часто наблюдается трансформация информационных конфликтов в мотивационные и обратно, а также, трансформация разновидностей мотивационных и информационных конфликтов с их последующим наложением. Для диагностики конфликтной ситуации необходимо выявлять место зарождения конфликта, предмет конфликта и направление его развития в ретроспективе и перспективе.

Динамику развития межгруппового конфликта можно разделить на три фазы, четыре этапа и одиннадцать стадий. Каждая из стадий имеет свои характерные черты, позволяющие определить специфику ситуации и момент перехода конфликта на следующую степень развития.

*Схематичное отражение развития межгруппового конфликта по принципу стадия-этап-фаза*

фаза	Предконфликт			Конфликт						Постконфликтная ситуация		
	этап	Возникновение конфликтной ситуации			инцидент			кризис в отношениях		разрешение конфликта		
		стадия	появление предмета конфликта	поляризация мнений	формирование субъектов конфликта	групповая встреча	репрессия	потеря предмета конфликта	формирование стратегии и тактики борьбы	конфронтация субъектов конфликта	поиск компромисса	внедрение компромиссных решений

Фаза предконфликт включает в себя стадии появления предмета конфликта и поляризацию мнений. Появление предмета конфликта подразумевает наличие неудовлетворённости тем или иным проявлением взаимоотношений. На этом этапе недовольство ситуацией только осмысливается частью коллектива. После осмысления спорной ситуации происходит обмен мнениями между членами коллектива, и в силу вступает следующая стадия развития конфликта – поляризация мнений. В ходе поляризации мнений коллектив условно делится на несколько групп, ещё не вступивших в борьбу. Границы групп, их численность и характеристики ещё не определены, а значит, говорить о межгрупповой борьбе преждевременно, т.к. противостояние не выходит за рамки межличностных конфликтов. На данной стадии конфликт начинает вредить предприятию, т.к. падает производительность труда из-за отвлечённости членов коллектива от процесса работы.

Стадию формирования субъектов конфликта многие относят к фазе предконфликта, но на практике в ходе своего формирования группы уже вступают в борьбу за свои интересы, а наличие борьбы является признаком конфликта как такового. Можно утверждать обратное, что без борьбы формирование субъектов межгруппового конфликта невозможно. Формирование субъекта конфликта происходит по двум сценариям: либо группа, формируясь, выдвигает лидера, задача которого выражать позицию группы и отстаивать её интересы, либо лидер формирует вокруг себя группу. И в первом, и во втором случае формирование субъекта не может проходить без взаимодействия с враждующей стороной. Именно в ходе первых столкновений интересов, проявляется активность членов групп и распределяются роли (лидер, коммуникатор и т.п.). Задача руководителя предприятия вовремя зафиксировать момент первых столкновений интересов, чтобы принять меры направленные на устранение причины конфликта и расформирование его

субъектов. Именно первые столкновения, определяющие будущие субъекты конфликта, наиболее объективно отражают предмет конфликта. Последующие инцидент и кризис в отношениях часто происходят по субъективным факторам и с наложением новых конфликтов, имеющих другие предметы.

Стадии инцидента (групповая встреча, регрессия, потеря предмета конфликта) значимы тем, что определяют характер последующего кризиса в отношениях, являются индикаторами конфликта. Именно в этот момент выявляется позиция противника, его аргументация, способы отстаивать свои интересы, численность группы, её сплочённость, статусы членов группы и личностные качества лидера.

Результаты столкновения в ходе инцидента анализируются и группы принимают стратегические и тактические решения по характеру будущего противостояния. Так конфликт переходит к этапу кризиса отношений с его стадиями формирования стратегии и тактики борьбы и конфронтации субъектов конфликта.

Стадия поиска компромиссов относится к этапу разрешения конфликта, но не к фазе постконфликтной ситуации. В ходе поиска компромисса противоборствующие группы продолжают борьбу за свои интересы. Их цель – принятие решения по устранению конфликта с максимальной выгодой для себя. Относя данную стадию к фазе постконфликтной ситуации, руководители могут сами себя ввести в заблуждение о том, что конфликт миновал пик развития и всё худшее позади. На самом деле данная стадия опасна регрессией конфликта на этап кризиса в отношениях из-за противоречий относительно методов решения. Противоборствующим ранее группам или одной из групп придётся вступать в дополнительный конфликт уже с новым предметом и новым противником (субъектом), который позволил или осознано пошёл на ущемление интересов одной или обеих групп. Развивающийся по такому сценарию конфликт на стадии поиска компромиссов с перспективой развития в мультikonфликт не может иметь отношения к постконфликтной фазе. Даже если стадия поиска компромисса протекает достаточно спокойно, всегда найдутся группы (внутри противоборствующих субъектов) недовольные складывающейся ситуацией.

Как только действия по разрешению конфликта принимаются большинством членов каждой из групп, конфликт переходит на фазу постконфликтной ситуации в стадии внедрения компромиссных решений. Данная стадия, как и стадия поиска компромисса опасна неприятием группой или группами внедрённых решений. Разница лишь в том, что чаще при негативном результате с этой стадии конфликт возвращается на стадию поиска компромисса, а не конфронтации субъектов конфликта. Острота конфликта гораздо ниже. После того, как меры по нейтрализации конфликта приняты, наступает завершающая стадия адаптации субъектов конфликта к новым условиям. При этом не исключено возобновление конфликта, наложение новых конфликтных ситуаций, но, как правило, на завершающей стадии наблюдается истощение сил обеих групп, потеря острого интереса к предмету конфликта, апатия. Чаще недовольство ситуацией на данной стадии выражается в форме

массовых увольнений и текучести кадров. Затраты предприятия на обучение новых членов коллектива не успевают окупаться.

Генезис конфликта обусловлен фазами его развития, каждая из которых несёт функциональную нагрузку. Таким образом, функции конфликта можно разделить на три блока: созидательные функции (группосоздающая функция, группосохраняющая функция), процессуальные функции (сигнальная функция, диагностическая функция, коммуникативная функция) и оценочные функции (функция оценки ситуации и последствий конфликта, функция определения превосходящих позиций, функция социализации, адаптационная функция).

Вопреки логике решающий вклад в окончание конфликта вносит не та группа, которая в выигрыше, а та, чей проигрыш уже предreshён. Недвусмысленное признание поражения одной из сторон служит в данном случае доказательством победы другой стороны. Если и победитель, и побеждённый вносят равный вклад в завершение конфликта, они вынуждены заключить между собой некоторое соглашение, договор относительно норм и правил, которые позволяют определить взаимное соотношение сил. Соглашения, в которых чётко зафиксированы цели противников и оговорён момент будущего исхода борьбы, уменьшают длительность конфликта.

В практике изучения конфликтов имеются случаи, когда одна из сторон не признаёт своего поражения, более того, требует безусловного подчинения от своего сильного оппонента, провоцируя тем самым продолжение борьбы, до полного истощения сил обоих участников конфликта. Следовательно, необходимо постепенно подводить проигравшего соперника к решению, что окончание конфликта будет для него более выгодно, чем продолжение борьбы. Подобное решение значительно облегчается в тех случаях, когда требования победителя не выглядят чрезмерными.

Наиболее распространённое размежевание сил внутри группы, терпящей поражение, выражается в расхождении между перспективой лидеров и точкой зрения основной массы членов группы. На первых этапах конфликта лидер призван, выражая и отстаивая позицию группы, постоянно убеждать идущих за ним в оправданности жертв, усилий, ресурсов, т.е. в том, что борьба ведётся во имя будущего благополучия всех членов группы. Точно так же в дальнейшем лидер должен доказать своей группе, что признание проигрыша продиктовано интересами всех, а не только его соображениями. Выгоднее будет такое толкование проигрыша, которое представит его как, по крайней мере, частичную победу.

Характер последствий конфликта зависит от коллективных, совместных действий групп-оппонентов и посредников (например, руководителя) по разрешению конфликта. Чтобы принятые меры не усугубили ситуацию, а свели деструктивные последствия к минимуму, следует учитывать природу конфликта, динамику его развития, а главное своевременно его диагностировать.

## **СИСТЕМА ОХРАНЫ ЗДОРОВЬЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ**

Государственная система охраны здоровья населения в России ориентирована в основном на здоровых и больных людей, не имеющих серьезных ограничений жизнедеятельности. Поэтому для разработки мероприятий по охране здоровья и реабилитации детей с ограниченными возможностями необходимо учитывать их особенности развития и решать связанные с этим социальные проблемы индивидуально для каждого ребенка.

Следовательно, охрана здоровья – понятие более широкое, чем просто медицинское обслуживание детей с ограниченными возможностями, и включает в себя мероприятия не только по лечению, но и социальной реабилитации, социальной защите, обеспечению доступности архитектурной среды в учреждениях социальной инфраструктуры, транспорта, мероприятия по предотвращению детской инвалидности, которые обеспечиваются в результате совместной деятельности многих министерств и ведомств. Основным направлением усовершенствования системы охраны здоровья, согласно изменившимся социально-экономическим условиям в стране, по нашему мнению, является осуществление тесного взаимодействия и преемственности между министерствами здравоохранения и социального развития, науки и образования, природных ресурсов, культуры, промышленности и экономики, транспорта, внутренних дел, обороны, ЧС и т.д. Кроме того, решение социальных проблем детей с ограниченными возможностями необходимо начинать с определения основных потребностей и нужд индивидуально для каждого ребенка и его семьи. В стране и регионах имеется ряд законов, проектов и программ по совершенствованию системы охраны здоровья и включения детей с ограниченными возможностями в общество, например: Федеральные законы «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации», «Об основах социального обслуживания населения в Российской Федерации», Федеральная целевая программа «Дети России» с подпрограммой «Дети инвалиды», «Областная целевая программа «Дети Саратовской области». Все они направлены на создание условий для реабилитации и успешной социальной адаптации детей-инвалидов, повышение качества их жизни. Несмотря на внимание и заботу государства существует ряд проблем, решение которых требует дополнительного финансирования с целью совершенствования материально-технической базы и подготовки квалифицированных кадров, особенно в сельских регионах. Основными источниками финансирования системы охраны здоровья является государственный бюджет, страховые фонды, общественные и частные ассигнования, обеспечивающие, соответственно, государственную, муниципальную и частную системы охраны здоровья. Однако в России преимущественно действует государственная система, в отличие от стран Западной Европы (преимущественно страховая

система) и США (преимущественно частная) [1]. Практика финансирования нашим государством социальных программ по остаточному принципу приводит к сбоям в материальном обеспечении детей с ограниченными возможностями и семей, в которых они проживают.

Главной социальной проблемой детей с ограниченными возможностями является негативное отношение к ним со стороны общества. Детям с ограниченными возможностями и их семьям часто приходится сталкиваться с явлениями социального исключения из общественной жизни и дискриминации. Детей с ограниченными возможностями неохотно принимают в больницу на лечение, так как они требуют специального ухода, чаще всего их принимают только на экспертную койку на 1-2 дня. Частные клиники, где используются новейшие эффективные медицинские технологии им не по карману. Реабилитационные центры, где не только лечат, но и помогают социально адаптироваться и прививают бытовые и трудовые навыки детям с ограниченными возможностями, как правило, расположены в крупных городах и поселках и недоступны для детей из глубинки. Отдаленность села от города, невозможность бросить хозяйство на время и ехать с ребенком-инвалидом в город на лечение часто останавливает родителей, что затрудняет дальнейшую социализацию ребенка. В Саратовской области имеется один областной реабилитационный центр и два филиала в городах области для детей с ограниченными возможностями. Этого количества явно недостаточно, поэтому из 8382 детей-инвалидов Саратовской области реабилитационную помощь получают ежегодно лишь 5 тыс. человек [2]. Имеющиеся учреждения недостаточно оснащены современным реабилитационным оборудованием, в результате чего реабилитационная помощь нуждающимся детям-инвалидам оказывается не в полном объеме. Кроме того, не разработана система определения потребности каждого ребенка-инвалида в реабилитационных мероприятиях и технических средствах реабилитации, отсутствует региональная база данных о детях-инвалидах. Детские дома-интернаты для умственно отсталых детей, в которых проживает 423 ребенка, или 5% от общей численности детей-инвалидов Саратовской области, располагаются в ветхих зданиях, нуждающихся в реконструкции и капитальном ремонте. При этом средств, выделяемых из областного бюджета, недостаточно для ремонта помещений. В области в настоящее время функционирует 3 детских дома умственно отсталых детей, областная детско-юношеская спортивно-адаптивная школа «Реабилитация и физкультура» для детей-инвалидов с 13 отделениями в городах области, профессиональное училище-интернат для инвалидов, курсовая база по обучению и реабилитации инвалидов, центр реабилитации и социальной интеграции инвалидов. С 2004 года в области действовала областная целевая программа «Реабилитация инвалидов в Саратовской области на 2004-2006 годы». В рамках указанной программы техническими средствами реабилитации были обеспечены 1343 человека, бытовыми средствами реабилитации и специальными приборами – 680 инвалидов по зрению, приобретено швейное оборудование для обучения швейному делу 28 учащихся профессионального училища-интерната для инвалидов [3]. Однако, по мнению

автора, сведение реабилитационных мероприятий лишь к обеспечению бытовыми и техническими средствами лишило инвалидов лечебных и оздоровительных мероприятий, санаторно-курортного лечения. Обеспечение путевками на санаторно-курортное лечение входит в обязанности Фонда социального страхования, но по-прежнему дети-инвалиды, особенно в сельских районах годами ждут очереди на получение путевки в санаторий. Кроме того, значительная часть строящегося жилья, магазинов, поликлиник, больниц не рассчитаны на возможность посещения их детьми-инвалидами, хотя 2,5% населения области используют для передвижения кресло-коляски, то есть до настоящего времени в области не созданы условия для беспрепятственного доступа к объектам социальной инфраструктуры, общественным зданиям и сооружениям, хотя согласно ст.15 Федерального закона «Об инвалидах» это является расходным обязательством бюджетов всех уровней.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Охрана здоровья в России: принципы организации на фоне проблем. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://hghltd.yandex.com/yandbtm?url=http%3A//www.relga.ru/Environ/webobjects/>
2. Областная целевая программа «Социальная поддержка инвалидов в Саратовской области на 2007- 2010 годы» от 26 июля 2006 года №221-11. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://neptun.sarbc.ru:3000/noframe/law?navigator@spack=110listid%3D01000000100%26listpos%3D16%26lsz%3D2850%26nd%3D933000003%26nh%3D0%26prevdoc%3D933007412%26>
3. Областная целевая программа «Дети Саратовской области» на 2004-2006 годы. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://neptun.sarbc.ru.3000/noframe/law?d@nd=933105371@nh=1>

*Петрович О.Г.*

## **РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КАК ОДИН ИЗ ЭТАПОВ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**

Необходимость соответствовать предоставляемым развитыми странами требованиям модернизации, стимулирует страны развивающиеся достигать этого уровня в наиболее короткие сроки. Для этого, как известно, нужно приращение новых, уникальных знаний, дать которые может только повышение качества высшего образования. Но никакие системные преобразования и самое современное техническое оснащение не приведут в итоге к этому результату, если сами студенты не будут заинтересованы в развитии своих интеллектуальных способностей всеми доступными методами.

Библиотечная сфера в нашей стране, в силу кризиса и плохого финансирования, перестала соответствовать той значимости информационного обеспечения, как это было раньше. Теперь основным источником любой информации является среда Интернет, предоставляющая возможность находить и книги, и журналы, и газеты в электронной форме и, как правило, бесплатно, а провайдеры обеспечивают доступ в информационную среду в регионах практически всем желающим. Но современные учащиеся не рассматривают электронные ресурсы как беспрецедентную возможность находить книги, статьи и тому подобную информацию, сосредотачивая свое внимание на развлекательном компоненте этой сферы, в частности на социальных коммуникационных сетях. С развитием российской сферы Интернет в ней стали появляться образовательные социальные ресурсы по образу существующих западных, ориентированные именно на помощь в учебной деятельности. До тех пор, пока эти электронные среды будут плохо развиты в нашей стране, будет опрометчиво утверждать, что в нашей сфере образования реализованы принципы информатизации, на сегодняшний же момент эти ресурсы развиты в отечественной электронной среде следующим образом.

Одной из самых распространенных социальных сетей, ориентированных на обучение считается сеть Scribblеr.ru. Кроме того, что эта сеть дает те же самые стандартные возможности, как и любая другая социальная сеть (возможность общаться, находить друзей и товарищей по интересам), основная ее цель все же – помощь студентам при обучении, так как, благодаря этому сайту, студенты могут вести расписание группы, отмечать его изменения в режиме «on-line», размещать wiki-ресурсы, которые помогают обмениваться учебными материалами, совместно готовиться к экзаменам, а также общаться на учебные темы и знакомиться со студентами из других университетов. Согласно статистике ресурса, на нем зарегистрировано 95 453 студентов [1], а, учитывая общее количество студентов в России – 7,5 миллионов человек [2], – это всего-навсего 1,3%, что явно недостаточно для страны, целью которой является знаниевая экономика и информационное общество. Если брать Саратовский государственный университет, то его студентов на данном ресурсе зарегистрировано всего 145 человек [3], из почти 12 тыс. [4], что составляет всего 1,2% от всех учащихся. Разумеется, это совершенно недостаточное количество студентов, тем более, очевиден факт, что далеко не все из них активно участвуют в тех образовательных возможностях, которые предоставляет ресурс, являясь просто статическими его участниками, но хочется надеяться, что это начало активного вовлечения учащихся в образовательные сети.

Еще одна социальная сеть, преследующая своей основной целью обучение, – это Социальная научная сеть Science Community [5]. Она аккумулирует в себе уже не столько студентов, они не являются ее целевой аудиторией, сколько аспирантов и преподавателей, так как эта сеть имеет все-таки больше научную направленность, но и студенты в ней также присутствуют, потому что ресурс содержит много полезной для образования информации. Студентов там зарегистрировано всего 831 человек, судя по



всему, это или очень ориентированные на качественное образование люди, или же те, кто в дальнейшем планируют продолжать свое образование в академическом направлении, в любом случае, это крайне малая часть тех, для кого ресурс мог бы быть очень полезен в учебном процессе.

Еще менее развитая и популярная социальная образовательная сеть – это сеть SciPeople, которая ориентирована на студентов, аспирантов и ученых. Эта сеть насчитывает всего 17 029 человек [6], не предоставляя статистики, сколько из них являются учащимися высших учебных заведений. По сравнению с другими образовательными сетями, ее перспективность заключается в том, что она интегрирована с обычными социальными сетями, такими как ВКонтакте, Twitter и FaceBook, что расширяет сеть ее неучтенных подписчиков. Конечно, данная сеть также рассчитана скорее на ученых или ориентированных на науку студентов, но даже при таких условиях их количество крайне мало для такой большой страны как Россия.

Очевидно, что современные социальные сети не ориентированы в большинстве своем на образовательные нужды, а созданные специально для этого ресурсы, как правило, не пользуются у студентов большой популярностью, так как они просто не видят в таких сайтах именно образовательную составляющую, и даже если эту сеть они создали по собственной инициативе, этот ресурс обычно характеризуется налетом развлекательности [7].

Считается, что социальные сети вообще как факт вредны для студентов и негативно сказываются на обучении как таковом, так как занимают очень много времени, которое студенты могли бы потратить на образование. Проведенное в одном из колледжей США исследование показало, что те студенты, которые активно пользуются социальными сетями, учатся хуже тех, кто этим видом деятельности не очень сильно увлекается [8]. Исходя из всех этих данных, назревает очевидный вывод и выход из ситуации – внести элемент образования в те социальные сети, которые являются наиболее популярными среди учащейся молодежи, внедрив в их коммуникативную среду элемент обучения. Раз уж студенты по много часов проводят в социальных сетях, то, казалось бы, отличным решением было бы соединить обычные коммуникативные сети с образованием, внося в них обучающий элемент, тем более, что некоторые из них такую возможность предоставляют. Подобное направление априори не может быть широко распространенным по нескольким причинам. Во-первых, очень много преподавателей, в силу возраста и менталитета, не имеют возможности осуществлять подобную деятельность. А те, кто могут, не всегда знают, что такая возможность есть или не знают, как ее реализовать, так как такой метод обучения – внедрение образовательного процесса в социальные сети – распространен и активно используется только за рубежом, например, в Европе, где существуют в том числе и специальные ресурсы, помогающие найти максимально подходящие для каждого преподавателя способы реализации этого направления деятельности. Сложность для российского высшего образования заключается в том, что эти ресурсы, как, например, Social Learning Academy [9], функционируют на английском языке, которым на

свободном или хотя бы достаточном уровне владеют далеко не все, даже желающие узнать об образовательных возможностях в социальных сетях больше и использовать их в учебном процессе. Конечно, нераспространенность образовательного контекста в социальных сетях и нераспространенность самих образовательных социальных сетей среди студентов, в какой-то мере и вина преподавательского состава, который, во-первых, зачастую просто не мотивирует студентов на самостоятельную учебу и образовательную деятельность вне стен университета, а, во-вторых, не знакомит студентов с такими возможностями сети Интернет. Преподавателей самих, если они не ориентированы на подобного рода деятельность и плохо знакомы с возможностями всемирной сети, кто-то должен просветить о тех перспективах, которые дает World Wide Web, как это делает, например, Поволжский региональный центр новых информационных технологий при Саратовском государственном университете им. Н.Г. Чернышевского, проводя периодические курсы «Инновационные образовательные технологии». Пока большинство преподавателей не станут пропагандировать среди студентов возможности по обучению в любых системах и ресурсах, даже просто знакомить их с возможностями тех технологий, которыми они пользуются в развлекательных целях каждый день, настоящие образовательные ресурсы, а не реферативные сайты, не будут привлекать учащихся. Именно массовость и повсеместность может помочь образовательным сайтам снискать должную популярность среди студентов и помочь в развитии локальных сетей для каждого конкретного университета, например, на базе Moodle, что также является эффективным способом совершенствования учебного процесса в современных высших учебных заведениях.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Scribbler. Все для учебы online // <http://scribbler.ru/user>. 18 апреля 2010 года.
2. Россия в цифрах. 2009. М., Росстат, 2009. С. 139.
3. Scribbler. Все для учебы online // <http://scribbler.ru/vuz/profile/581>. 18 апреля 2010 года.
4. Саратовский государственный университет им. Н.Г. Чернышевского // <http://www.topstud.ru/russia/saratov/sgu/faculties>. 18 апреля 2010 года.
5. Социальная научная сеть Scientific Social Community // <http://science-community.org/ru/> 18 апреля 2010 года.
6. SciPeople. Социальная сеть для ученых, аспирантов и студентов // <http://scipeople.ru/>. 18 апреля 2010 года.
7. Социальная сеть студентов Екатеринбурга «Ekavuz» // <http://ekavuz.ru/>. 24 апреля 2010 года.
8. Пользователи социальных сетей: прогульщики и двоечники? // Интернет-журнал «Point», 14.04.2010. <http://www.point.ru/news/stories/19716/>. 18 апреля 2010 года.

9. Social Learning Academy. How to use Social Media in Education & the Workplace // <http://c4lpt.co.uk/handbook/index.html>. 18 апреля 2010 года.

*Нефедова Н.С.*

## **СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ, КАК ИНСТРУМЕНТ ИЗУЧЕНИЯ ВЛИЯНИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ**

Проявление гражданской позиции по средствам возможности реализации своего гражданского права избирать является особенностью демократического государства. Способность, возможность и желание населения участвовать в политической жизни страны характеризует уровень развития гражданского общества. Выборы - это тот способ высказывания своего политического мнения, который, как никакой другой, определяет взаимосвязь между обществом и властью, народонаселением и политической элитой. Именно поэтому особое значение приобретает отношение к изучению общественного мнения в рамках избирательной кампании. В условиях применения избирательных технологий на практике речь идет не о желании зондировать политические настроения в целях дальнейшей продуктивной реакции. Происходит систематический поиск особенностей общественного восприятия определенных событий, с целью создания образа кандидата или партии, соответствующего восприятия целевой аудиторией. Избирательные технологии подразумевают не только правильную и оперативную реакцию на полученные данные, но так же искусственное создание условий, на которые заведомо будет предсказуемая реакция. Именно с расчетом на эту реакцию будет выстроен определенный имидж кандидата и вся избирательная кампания (если речь идет об общественном мнении в разрезе электората.)

Изначально следует дать определение общественному мнению, учитывая особенности заявленной темы исследования. Общепринятого определения, многогранно дефиницирующего все особенности данного явления, не существует. Считается, что впервые термин "общественное мнение" был употреблен английским писателем и государственным деятелем XII века Д. Солсбери [1] для обозначения моральной поддержки парламента со стороны населения страны. Однако данное определение не может в полной мере отразить явления общественной жизни. Интерес представляет определение, которое можно синтезировать из работ Ю.Хабермаса: общественное мнение – это мнение, выраженное в официальных источниках информации и являющееся инструментом в руках политически доминирующей социальной групп.[2] Полным можно считать определение, которое характеризует общественное сознание, как состояние массового сознания, заключающее в себе отношение (скрытое или явное) людей к событиям и фактам социальной действительности,

к деятельности различных групп и отдельных личностей.[3] Важно добавить, что речь идет об усредненных результатах отношения людей.

Предполагается изучение электоральных предпочтений, как составляющей общественного мнения. (Под «электоральными предпочтениями» в этом случае следует понимать отношение избирательного континуума к конкретному объекту – кандидат или партия – с характерным проявлением этой позиции по средствам голосования, либо показательного неучастия в выборном процессе.)

В том случае, если речь идет о трансформации политической системы, изучению общественного мнения может препятствовать непредсказуемость смены общественной среды, а так же реакции на эту смену, так как изменения носят обязательный характер при политическом трансфере. В то же время изменения могут быть не только следствием изменения политической системы (это происходит в том случае, если трансформация носит запланированный и управляемый характер), а так же нести в себе долю причинности появления структурных изменений. В таком случае своевременное изучение общественного мнения позволяет анализировать существующее положение и спрогнозировать возможные варианты развития. Как было сказано ранее, форма проявления электорального мнения может давать результаты о предпочтениях всего общества, степени вовлеченности населения в политические процессы государства и уровне различных политических проявлений (как позитивных, так и негативных).

Изначально изучение электоральных предпочтений основывалось на общих принципах изучения общественного мнения. Большой вклад в исследования данной области внесла немецкий ученый Элизабет Ноэль-Нойман. [4] В частности, ей было введено понятие «спирали молчания». Это понятие подразумевает страх оказаться в изоляции, ввиду высказывания своих политических пристрастий. Проведенные исследования показали, что данное явление носит обязательный характер в электоральной ориентации. Респонденты, оказавшиеся в меньшинстве, как правило, замалчивают свои политические установки, либо аргументацию к этим установкам, в то время, как количество прямо высказывающих свое мнение, увеличивается за счет примкнувшего к ним количества замалчивающих. Последние проявляют солидарность с большинством, мотивируя это желанием не отличаться от основной массы, и как следствие не попасть в изоляционные условия.

Показательным для научного исследования является мнение Э.Ноэль-Нойман, которая говорила, что “одни лишь опросы еще ничего не объясняют; нужна теория, которая объяснила бы процессы формирования общественного мнения и получила бы подтверждение в эмпирических социальных исследованиях”. [5] Однако изначально предполагается получение статистических результатов. Поиски оптимального набора экспериментальных вариантов применения количественных процедур при проведении электоральных опросов имеют перманентный характер и обуславливаются различными особенностями отдельной избирательной кампании. Применение количественного социологического метода может зависеть от масштаба

кампании, от времени, отведенного на ведение кампании, от территории и от социальной структуры. Данные особенности могут проявляться как в принципиальном проведении количественных исследований, так и в формировании их технической части: тип исследования, формирование выборки, составление опросного листа и т.д. В процессе развития методик изучения электоральных предпочтений, появляются новые подходы для получения более емкой и многофакторной информации. Например, в целях глубокого анализа электоральных предпочтений по степени устойчивости ориентации избирателей, а так же соотношения этой ориентации с другими показателями было предложено использовать панельный метод. (Лазарсфельд П.). [6] Применение такого метода позволяет выявить предположительные причины, побудившие различные группы избирателей изменить свое намерение в ходе кампании и в момент голосования. Получение результатов исследования подобным методом на практике носит относительный характер. Это связано с ограничениями по времени периода кампании, а также в незаинтересованности в научном обосновании электорального поведения, что в свою очередь можно объяснить популистским подходом, который в дальнейшем обязательным образом редуцирует эффективность применяемых технологий.

Социологические исследования, проводимые в ходе избирательной кампании, отличаются техническими особенностями. Влияние на ответы респондентов может иметь формирование анкеты. (Например, если составить 2 варианта вопросника, с различным порядком следующих вопросов, то и варианты ответов на них будут различные). Кроме порядка вопросов, на результат исследования могут влиять такие факторы, как монотонность, четкость формулировки, «открытость» вопроса и пр. Проведение социологических опросов в период кампании осуществляется без сочетания проблемного и функционального принципов: составление анкет без учета специфики избирательной кампании. Это можно объяснить отсутствием научного подхода к социологическому исследованию в период кампании, обусловленным популистским подходом заинтересованных акторов. Формирование анкеты и привлечение интервьюеров имеет большое значение для проведения избирательных кампаний различного уровня. Проведение практических исследований показало [6], что при осуществлении опросов на территории округа целесообразнее не объявлять свою принадлежность к штабу определенного кандидата (если такое положение вещей имеет место быть), а обозначить интервьюера в качестве представителя независимой фирмы проводящей социологическое исследование. Такое положение объясняется в первую очередь возможным смещением ответов электоральной единицы в сторону, что приведет к появлению погрешности в результатах исследования.

В настоящее время ощущается острый дефицит в методологических обобщениях и методических приемах социологического анализа электорального поведения. Ввиду использования стандартного набора методов и подходов происходит смещение результатов и получение односторонней информации. В первую очередь это связано с минимизированием значения

необходимости проведения социологических исследований во время ведения избирательной кампании. Популистский подход к изучению общественного мнения в избирательном процессе связан с ориентацией на единомоментность получения результатов, а не выведение научной теории или предложение гипотезы, которая в дальнейшем могла бы служить базисным элементом для выстраивания плана всей кампании. Изучение общественного мнения, в разрезе электоральных предпочтений, направлено на восполнение данных пробелов.

#### ПРИМЕЧАНИЕ.

1. Кошарная Г.Б. Социология общественного мнения: Методические указания. - Пенза: Пензенский гос. ун-т, 2002. С. 11
2. Хабермас Ю. Политические работы / Сост. А.В. Денежкина; пер. с нем. Б.М. Скуратова. – М.: Праксис, 2005. – 368 С.
3. Большая советская энциклопедия. Эл.ресурс. <http://dic.academic.ru/dic.nsf/bse/115356/Общественное> (11.05.2010 16:25)
4. Noelle-Neumann E. Öffentliche Meinung: die Entdeckung der Schweigespirale / Elisabeth Noelle-Neumann. - Berlin : Ullstein, 1996. - 432 S.
5. Elisabeth Noelle. Umfragen in der Massengesellschaft. Einführung in die Methoden der Demoskopie 1967, Rowohlt (Reinbek b. Hamburg) S. 331
6. Лазарсфельд П. Измерение в социологии // Американская социология: Перспективы, проблемы, методы/ Пер. с англ. В.В. Воронина, Е.В. Зиньковского. М.: Прогресс, 1972. С. 146 – 147
7. Проведение количественных и качественных исследований на территории г. Саратова в период ведения избирательной кампании в Саратовскую областную Думу и в Саратовскую городскую думу.

*Кумова С.В., Соседова А.А.*

#### **ПРИКЛАДНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ: ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ**

Можно ли считать российское общество информационным – вопрос дискуссионный. Однако стоит признать, что количество информации, обрушивающейся на среднестатистического жителя нашей страны, действительно велико. При этом весомая часть потребляемой информации – рекламная. Она исходит не только из традиционных носителей – телевидения, радио, прессы, объектов наружной рекламы. Рекламисты и маркетологи исследуют, обнаруживают и используют всё новые и новые способы донесения рекламного сообщения до потребителя. Общепринятое разделение средств

рекламы на BTL и ATL – технологии становятся все более бесполезными, так как трудно вывить критерии, по которым можно судить о традиционности и новаторстве в выборе каналов рекламной коммуникации. Product placement, партизанский маркетинг, event-продвижение – вот лишь некоторые из относительно новых способов продвижения, которые получают все большее распространение и постепенно переходят в разряд стандартных и традиционных. С одной стороны, это значительно разнообразит жизнь, как производителя, так и потребителя рекламной информации, сделает рекламу зрелищной и нескучной. С другой стороны, давление рекламной информации на человека увеличивается, от чего страдает психика и интеллект. [1]

Указанное последствие усложнения рекламной коммуникации достаточно активно исследуется в рамках изучения понятия рекламного клаттера (от англ. «clutter» – это «сумбур», «сутолока», «толкучка», «перегруженность»). В контексте рекламы, клаттер – масса рекламных и информационных сюжетов, передаваемых в короткие промежутки времени, причем каждый из них соревнуется за внимание слушателя или зрителя, а все вместе они снижают восприятие каждого из них. [2]

Кстати, иначе рекламный клаттер можно назвать рекламным шумом. Вводя само определение «клаттера» как рекламного шума, мы тем самым заявляем о последствиях увеличения клаттера. А именно – это психологическая усталость потребителя, нарушение этических норм информационного потока и тем самым снижение эффективности рекламного сообщения. Получается, что заказчики, стремясь увеличить своё присутствие в рекламно-информационном потоке, с целью увеличения собственной известности, в итоге снижают эффективность своих рекламных сообщений. Таким образом, мы наблюдаем своего рода медиаинфляцию, обесценивание рекламных сообщений, а соответственно и денежных средств на их изготовление и распространение.

Социологи и маркетологи, с различных сторон исследующие проблему рекламного давления на потребителей, предлагают различные способы снижения клаттера. К таковым относятся и качественное медиапланирование, социальная направленность маркетинговых коммуникаций (спонсорство, социальные программы), творческий подход к созданию рекламных продуктов и другие. [3] Каждый из указанных способов влияния на эффективность рекламных контактов имеет свои преимущества и недостатки: общая проблема их заключается либо в повышающейся цене, либо в неопределенности методов оценки эффективности.

На наш взгляд, единого решения этой ситуации нет, однако полагаем, что наложение инструментария общественно-гуманитарных наук на исследование эффективности маркетинговых коммуникаций может дать положительные результаты. В частности, представляется, что реклама и иные способы продвижения приобретут больший эффект, если потребитель рекламы не останется зрителем, а окажется включенным в процесс производства или в мифодизайн торговой марки, бренда, самого товара. Такая включенность может достигаться многими способами, в данной статье мы рассмотрим вариант использования рекламодателями такого средства как социальная сеть (от англ.

social network(ing) service). Социальная сеть – это интернет-сервис, помогающий людям со сходными интересами находить друг друга и объединяться в виртуальные сообщества, взаимодействовать в группе, а значит, и обмениваться информацией. С точки зрения рекламы, социальные сети – это новая форма не только социальной, но и маркетинговой коммуникации. Одним из преимуществ социальных сетей является объединение пользователей по интересам, что может эффективно применяться рекламодателями.

Эффективность применения этого средства рекламы связана с рядом причин. Во-первых, это все возрастающая популярность сетей в российском социуме. Согласно данным ComScore [4], каждый россиянин проводит в социальных сетях в среднем по 6,6 часов в месяц и просматривает по 1307 страниц. Только за апрель прошлого года из 31,9 миллионов россиян, имеющих доступ в интернет, 18,9 миллионов посетили хотя бы один сайт социальных сетей. Таким образом, вовлечены в социальные сети оказались 59% российских интернет-пользователей. При этом самым популярным стал сайт Vkontakte.ru - его отметили 14,3 миллионов человек. Сразу после него - Odnoklassniki.ru, насчитывающий 7,8 миллионов посетителей, а на третьем месте Mail.ru – «Мой Мир» (6,3 миллионов) и Fotostrana.ru (1,6 миллионов). При этом на англоязычную версию Vkontakte.ru - Facebook.com зашли 616 тысяч россиян (с прошлого года посещаемость увеличилась на 277%).

По данным International Data Corporation (IDC) - Международной корпорации по сбору и обработке данных - участники социальных сетей часто посещают их и каждому визиту уделяют много времени. Более чем три четверти пользователей заходят в социальную сеть как минимум раз в неделю. Не менее 57% - посещают такого рода сайты каждый день. Во время каждого посещения 61% пользователей проводит в социальной сети как минимум полчаса, а 38% - тратят на это час или больше.[5]

Во-вторых, реклама в социальных сетях может принимать различные формы: от баннеров и гиперссылок спонсоров, до открытых обсуждений товаров и услуг различных брендов на форумах. Доверие к последним все более возрастает, и большая часть современных молодых людей черпает нужную информацию по многим интересующим вопросам, связанным с выбором в том числе товаров и услуг, именно в чатах, форумах и блогах. Это также подтверждается результатами исследований. Так 77% интернет-пользователей по всему миру используют или посещают сайты социальных медиа. При этом 53% пользователей социальных сетей обращают внимание на спонсоров сайта, рекламу и интерактивные страницы брендов, 34% публикуют мнение о товаре или бренде в личном блоге и 78% интернет-пользователей доверяют рекомендациям своих друзей. [5]

В-третьих, производители благодаря новым видам коммуникации имеют возможность продвигать среди интернет-пользователей практически любые товары и услуги. Это связано и с отсутствием правовых и законодательных ограничений (ФЗ «О рекламе» 2006 года практически не регламентирует интернет-рекламу), и с указанным многообразием форм «сетевое продвижения». Соответственно, в стратегии продвижения своего бизнеса в



интернете используются самые разнообразные платформы социальных медиа. Например, для многих компаний стало естественным и привычным использование корпоративного блога как средства оперативного размещения информации о компании и общения с потенциальными и существующими клиентами. К тому же производители используют коммуникационный потенциал различных платформ социальных медиа для получения отзывов о своих продуктах и идей по их улучшению, а иногда — и по созданию нового продукта или услуги. Этот интернет- PR действительно выгоден, ведь независимо от того, используется в продвижении и развитии бизнеса популярная социальная сеть или собственный сайт с «налетом социальности», обмен информацией между пользователем и компанией, а также ценность такого обмена — основные слагаемые успеха. Ведь исследования показали, что такого рода «социальная реклама» может быть даже более эффективной, чем поведенческий таргетинг. [5]

Обмен информацией способствует и формированию положительного имиджа компании: открытость и умение слушать потребителя, проявляющиеся в любых формах, повышают его лояльность. Когда человек чувствует, что является не просто объектом влияния маркетинговых усилий бизнеса, а по сути «партнером» компании, он испытывает к ней более теплые чувства. Интернет в общем и социальные медиа в частности — это инструменты, позволяющие организовать взаимоотношения с потребителями в абсолютно новом стиле. [6]

Поскольку нами было отмечено, что интернет-продвижение в социальной сети принимает различные формы, отметим некоторые из самых популярных. Прежде всего, привычный способ — баннерная реклама. Однако, как показывают исследования, баннерная реклама в социальных сетях собирает меньше кликов (по Сети в целом 70% пользователей хотя бы раз кликали по рекламе за последний год, тогда как для социальных сервисов этот показатель составляет 57%) и реже делают покупки (23% по всему интернету против 11% в социальных сетях). [5]

Далее отметим постовую рекламу (размещение постов (сообщений, заметок) рекламного характера) и размещение ссылок на рекламируемые ресурсы. Здесь есть свои нюансы, возможности использовать скрытую контекстную рекламу. Не редкий случай использования в сети традиционной рассылки, частного вида direct-mail по списку контактов пользователей доступных в рамках этой социальной сети. Однако такой вид продвижения уже давно определен понятием «спам» и имеет явно негативный характер, не принимается и раздражает пользователей.

Однако, все выше перечисленные способы, не являются достаточно эффективными, т.к. по сути, являются преобразованными видами уже давно используемых средств рекламы и не отражают в полной мере в себе тех возможностей, которые предоставляют социальные сети. Социальные сети, как было отмечено ранее, характеризуются возможностью людей объединяться в сообщества для обмена информацией. Именно это преимущество, возможность социальной сети и необходимо использовать. Компаниям-инициаторам рекламной коммуникации необходимо создавать сообщества и группы для

общения и обсуждения. Однако стоит помнить о том, что инициаторы должны общаться как со всеми, так и с отдельными потребителями, а не просто распространять информацию через те или иные медиа-каналы. Для общения с потребителями должны создаваться информационные сообщения, способные вызвать доверительную реакцию, так как потребителям интересны те компании и бренды, которые помогают им в общении и знакомстве, такие, как музыка, развлечения, некоммерческие организации, продукты питания, гаджеты и т.п.

Тем самым пользователи социальной сети и участники той или иной группы, сообщества, в которых распространяется необходимая рекламная информация, вовлекаются в рекламную коммуникацию, и уже не забывают о компаниях и брендах, к которым обозначили свой интерес, став их «поклонниками».

В-четвертых, в дни финансовых неурядиц расходы на рекламу в социальных сетях и, в общем, в интернете не чуть не уменьшились. То есть интернет остается устойчивым к финансовым потрясениям. Так, например, факты исследовательской компании eMarket говорят о том что в нынешнем году(2009) на социальную рекламу в интернете было направлено \$1.4 млрд, в то время как в 2010 прогнозируют уже 1.8. [7] И при этом для компаний социальные сети и других подобные сайты являются экономичным и при этом эффективным способом изучения мнений о бренде, формирования положительного имиджа компании, привлечения новых клиентов и налаживания эффективных коммуникаций с представителями существующей клиентской базы.

Перечислим положительные стороны использования социальных медиа для компаний.

- Facebook, Twitter, YouTube и другие подобные порталы уже располагают значительной и активной пользовательской базой. Для большинства людей социальные сети – основное место обитания и общения, поэтому и с представителями компаний им удобней общаться в «привычной» обстановке, нежели посещать или регистрироваться на еще одном сайте. [6]

- В социальных сетях не нужно просить посетителей рассказать своим друзьям о новом продукте компании, поскольку эти друзья и так узнают про него, увидев через «ленту обновлений» и с помощью других инструментов. Можно говорить о том, что социальные сети обладают встроенными «вирусными» технологии.

- Администрация любой социальной сети заботится о том, чтобы пользователи не нарушали правила, законодательство и нормы приличия. Компания, таким образом, избавлена от затрат на контроль за сообществом.

- Создание страницы на Facebook или аккаунта на YouTube осуществляется бесплатно, в то время как в дизайн и разработку отдельного сайта можно вложить сотни и тысячи долларов. Привлечение аудитории к собственному сайту и обеспечение ее инструментами для общения и распространения информации — дело неоправданно дорогостоящее в условиях, когда такие инструменты уже созданы.

В то же время использование социальных медиа в корпоративной маркетинговой стратегии имеет и свои недостатки.

- Никто не гарантирует, что сайт (социальная сеть), в продвижение среди аудитории которого вкладываются определенные средства, будет оставаться популярным через полгода или год. Таким образом, компания фактически вкладывает деньги в другую компанию.

- У каждой социальной сети свои возможности и свои правила по их использованию. Эти правила не всегда идеально подходят для реализации целей компании.

- Равные условия в социальных сетях предполагают, что конкуренты могут использовать в своём продвижении аналогичные действия и/или даже предложить аудитории нечто большее.

Таким образом, продвижение через социальные сети – это своего рода новый вид медиа-микса, при котором реклама, direct-mail, PR, спонсоринг и иные формы маркетингового продвижения гармонично взаимосвязаны и доступны. С помощью социальных медиа компания сможет получить максимум информации от потребителя, а потребитель в свою очередь о компании, тем самым между ними строятся отношения диалога и партнёрства.

На сколько перспективно использование социальных сетей? Стоит отметить, что интернет-пространство на данный момент ожидает скоро перехода с web 2.0 к web 3.0. Главная идея Web 3.0 состоит в том, что пользователь, который до этого единолично был вовлечён в процесс формирования контента, отныне творит коллективно и его партнерами, помимо других пользователей, являются эксперты направлений, причём статус пользователя может быть изменён на экспертный, равно, как и форма сотрудничества создателя контента и портала. Т.о. всё интернет-пространство превращается в своего рода глобальную социальную сеть. И то, как, быстро рекламодатели начнут использовать технологии социальных сетей для своего продвижения, сможет обеспечить достойные позиции в массовых интернет коммуникациях в скором будущем.

#### ПРИМЕЧАНИЯ:

1. По материалам дискуссии в форуме электронного ресурса// <http://www.sostav.ru>

2. Официальный сервер администрации города-героя Смоленска// <http://admcity.smolensk.ru/news/index.php? ...day =01&month=09>

3. Сумароков Б. Стимулируя клаттер // <http://marketing.by/main/school/theory/00011753>

4. Результаты исследования компании ComScore // <http://www.sostav.ru/news/2009/07/03/zar6/>

5. Данные Интернет-издания о высоких технологиях C-NEWS // <http://www.cnews.ru>

6. Денисов И. Социальные медиа как среда для продвижения и развития бизнеса. Опыт запада // Интернет-маркетинг. 2008. №5.

7. Данные представлены в блоге Mnone.net //http://mnone.net/?p=209

*Абросимова М. Е.*

## **СОЦИАЛИЗАЦИЯ ДЕТЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ КАК ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ ИХ ИНТЕГРАЦИИ В ОБЩЕСТВО**

Современное состояние российского общества характеризуется вступлением его в фазу поступательного развития, которое характеризуется наличием преобразований в различных сферах жизнедеятельности человека – социально-экономической, политической. Эти преобразования направлены, в первую очередь на утверждение и реализацию гуманистических ценностей и идеалов, создание развитой и устойчивой демократической системы и гражданского общества. Самое важное место в этих изменениях занимают вопросы, связанные с жизнедеятельностью самого человека, его здоровьем и образом жизни.

Изменяющаяся государственная система заставляет пересмотреть отношение общественности к наиболее уязвимым слоям населения – верхушку которую в нашей стране составляют лица с ограниченными возможностями.

На протяжении многих лет политика в отношении инвалидов изменялась: она прошла путь от обычного ухода за инвалидами в соответствующих учреждениях до получения образования детьми-инвалидами и реабилитации лиц, ставших инвалидами уже в зрелом возрасте.

В российском словоупотреблении, начиная со времен Петра I, такое название получали военнослужащие, которые вследствие заболевания, ранения или увечья были неспособны нести воинскую службу и которых направляли для дослуживания на штатские должности [1].

Характерно, что в Западной Европе данное слово имело такой же оттенок, то есть относилось в первую очередь к увечным воинам. Со второй половины XIX в. термин «инвалидность» распространяется и на штатских лиц, также ставших жертвами войны, - развитие вооружений и расширение масштабов войн все более подвергали мирное население всем опасностям военных конфликтов.

После Второй мировой войны в русле общего движения по формулированию и защите прав человека в целом и отдельных категориях населения в частности происходит формирование понятия «инвалид», относящегося ко всем лицам имеющим физические, психические или интеллектуальные ограничения жизнедеятельности, появляются такие концепции, как интеграция и включение инвалидов в нормальную жизнь

общества, отражавшие растущее понимание потенциальных возможностей инвалидов [2].

Проблемы инвалидности не могут быть поняты вне социокультурного окружения человека – семьи, дома-интерната и т.д. Инвалидность, ограниченные возможности человека не относятся к разряду чисто медицинских явлений. Гораздо большее значение для понимания этой проблемы и преодоления ее последствий имеют социально-медицинские, социальные, экономические, психологические и другие факторы.

Важное значение в жизни любого человека имеет процесс социализации.

Понятие "социализация" характеризует в обобщенном виде процесс усвоения индивидом определенной системы знаний, норм, ценностей, установок, образцов поведения, которые входят в понятие культуры, присущей социальной группе и обществу в целом, и позволяет функционировать индивиду в качестве активного субъекта общественных отношений [3]

В настоящее время процесс социализации является предметом исследования специалистов многих отраслей научного знания. Психологи, философы, социологи, педагоги, социальные психологи и т. д. Вскрывают различные аспекты этого процесса, исследуют механизмы, этапы и стадии, факторы социализации.

Однако проблемы социализации инвалидов, особенно детей-инвалидов в отечественной литературе все еще не являются предметом специального исследования. Хотя проблема социализации детей, подростков и взрослых с нарушениями психического и физического развития весьма актуальна и в теоретическом, и в практическом отношении.

Социализацию не следует сводить к образованию и воспитанию, хотя она и включает эти процессы. Социализация личности осуществляется под влиянием совокупности многих условий, как социально-контролируемых, и направленно-организуемых, так и стихийных, возникающих спонтанно.

Ребенку, имеющему отклонения в развитии – психические или физические – сложно «усваивать определенную систему знаний, норм, ценностей, установок, образцов поведения, которые входят в понятие культуры, присущей социальной группе и обществу в целом, и позволяет функционировать индивиду в качестве активного субъекта общественных отношений», т.е. проходить процесс социализации.

Социальная политика в России, ориентированная на инвалидов, взрослых и детей, строится сегодня на основе медицинской модели инвалидности. Исходя из этой модели, инвалидность рассматривается как недуг, заболевание, патология. Такая модель вольно или невольно ослабляет социальную позицию ребенка, имеющего инвалидность, снижает его социальную значимость, обособляет от "нормального" детского сообщества, усугубляет его неравный социальный статус, обрекает его на признание своего неравенства, неконкурентоспособности по сравнению с другими детьми [4].

Медицинская модель определяет и методику работы с инвалидом, которая имеет патерналистский характер и предполагает лечение,

трудотерапию, создание служб, помогающих человеку выживать, заметим - не жить, а именно выживать.

Следствием ориентации общества и государства на эту модель является изоляция ребенка с ограниченными возможностями от общества в специализированном учебном заведении, развитие у него пассивно - иждивенческих жизненных ориентаций.

В настоящее время изменяющаяся социально-экономическая и политическая жизнь России, обострение новых проблем в обществе поставили ученых и практических работников перед решением задач, связанных с поисками новых, эффективно действующих механизмов социально-психологической адаптации личности к быстро меняющейся жизни в социуме. Естественно, внимание общественность, государственных деятелей должно быть направлено на особо уязвимые слои населения – в первую очередь на лиц с ограниченными возможностями. Степень интеграции этих лиц в общество зависит от уровня их профессионально-трудовой подготовки, социально-бытовой ориентации и от участия семьи в этом процессе. Другими словами, успешная социализация – это залог успешного включения их в жизнь «здорового» общества.

Государственная политика в отношении инвалидов в России базируется на приоритетах их реабилитации и интеграции в общество.

Интеграцию следует рассматривать как достижение оптимального уровня жизнедеятельности инвалида и реализации потенциальных способностей и возможностей личности. Соответственно, что содействие интеграции обеспечивается системой мер социальной защиты, направленных на создание индивидам условий для их самообеспечения и равных с другими гражданами возможностей участия в общественной жизни и развития общества.

Инвалидность у детей означает существенное ограничение жизнедеятельности, она способствует социальной дезадаптации, которая обусловлена нарушениями в развитии, затруднениями в самообслуживании, общении, обучении, овладении в будущем профессиональными навыками. Освоение детьми-инвалидами социального опыта, включение их в существующую систему общественных отношений требует от общества определенных дополнительных мер, средств и усилий (это могут быть специальные программы, специальные центры по реабилитации, специальные учебные заведения и т.д.). Но разработка этих мер должна основываться на знании закономерностей, задач, сущности процесса социализации [5].

Социальные проблемы иного порядка связаны с региональными условиями с наличием или отсутствием спецшкол, специальных реабилитационных центров, специалистов-дефектологов в местах проживания семей, где есть ребенок-инвалид.

Поскольку специальные образовательные учреждения распределены по стране крайне неравномерно, то дети-инвалиды часто вынуждены получать образование и воспитание в специальных школах интернатах. Попадая в такую школу дети инвалиды оказываются изолированными от семьи, от нормально развивающихся сверстников от общества в целом. Дети-инвалиды как бы

замыкаются в особом социуме, вовремя не приобретают подлежащий социальный опыт. Закрытость специальных образовательных учреждений не может не сказаться на развитии личности ребенка на его готовности к самостоятельной жизни.

Главная проблема ребенка с ограниченными возможностями заключается в его связи с миром, а ограничении мобильности, бедности контактов со сверстниками и взрослыми, в ограниченности общения с природой, доступа к культурным ценностям, а иногда – и к элементарному образованию. Эта проблема является не только субъективного фактора, каковым является социальное, физическое и психическое здоровье, но и результатом социальной политики и сложившегося общественного сознания, которое санкционируют существование недоступной для инвалида архитектурной среды, общественного транспорта, отсутствие специальных социальных служб.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

[1] Шабалина Н.Б. Инвалиды: дискриминируемое меньшинство? // Социологич. исслед., 1993, №5

[2] Добровольская Т.А. Социально-психологические особенности взаимоотношения инвалидов и здоровых // Социологич. исслед., 1993, №1

[3] Общая социология. Систематический курс: Учеб. пособие для студентов; под ред. Г.В. Дыльнова. – Саратов: Изд-во Сарат. ун-та, 1999. – 3202 с.

[4] Ткачева В. В. О некоторых проблемах семей, воспитывающих детей с отклонениями в развитии // Дефектология. 1998. №1

[5] Реабилитация инвалидов / Л.П. Храпылина. – М.: Издательство «Экзамен», 2006.

*Бобылева Е.А., Кумова С.В.*

#### **ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ И ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВУЗА С ПОМОЩЬЮ WEB-ТЕХНОЛОГИЙ**

Большинство вузов современной России обеспокоены проблемами, связанными с недобором абитуриентов или отсутствием конкурса при поступлении. И причина таких проблем заключается не только и не столько в падении популярности отдельных специальностей высшего образования, сколько в снижении количества выпускников школ, являющемся следствием демографического кризиса 90-х гг. Все более востребованными становятся чисто маркетинговые приемы и технологии привлечения внимания потребителей образовательных услуг: реклама, PR, директ-маркетинг и даже event-маркетинг. Это предопределяет актуальность исследования

коммуникационных технологий и способов продвижения услуг вузов, в частности, образовательных.

На выбор средств продвижения услуг, товаров и торговых марок влияет огромное количество факторов. Среди них ключевыми являются портрет целевого потребителя, технологии и каналы коммуникации, благодаря которым производитель налаживает маркетинговую коммуникацию с нужным сегментом. И как показывает практика, с точки зрения выбора каналов коммуникации, технологий передачи рекламного сообщения, самой сложной является молодежная аудитория. Это связано с рядом как объективных, так и субъективных причин. Прежде всего, отметим, что данная аудитория – студенческая и работающая молодежь, входит в портфель целевых сегментов большинства фирм и организаций. Ее «завоевание» обеспечивает организации определенный спрос в будущем, так как многие потребители редко меняют свои брендовые пристрастия без возникновения объективных на то причин. По данным исследовательской компании «Teenage Research International», занимающейся проблемами воздействия рекламы на молодежь, средний объем еженедельных трат молодых людей в США на покупки, инспирированные рекламой, составляет 116 долларов в неделю [1]. А по данным исследовательской службы Charles Schwab & Co, в США в 2006 году молодые люди потратили на собственные покупки 250 млрд. долларов, а под влиянием молодых людей были приобретены товары на общую сумму свыше 1,8 триллиона долларов [2, 182]. Именно поэтому с каждым годом все большее появляется молодежных брендов и расходы фирм-производителей на молодежь постоянно возрастают. А если учитывать тот факт, что в России молодые люди обеспечивают не менее 50% всего объема потребительского рынка [3, 182], то здесь, конечно, открываются большие перспективы.

Этот ажиотаж вокруг отмеченного сегмента приводит к высокому уровню конкуренции и практической невозможности создания и поддержания реального уникального торгового предложения торговой марки или товара. Чаще всего борьба за молодежную аудиторию между производителями осуществляется исключительно в области имиджа и мифодизайна.

При этом в научной литературе отмечается, что традиционные средства рекламы – телевидение, радио, пресса, наружная реклама, не просто теряют эффективность, но и превращаются в источники раздражения и даже конфликтов. В отношении молодежи эта тенденция особенно очевидна, и обычные способы рекламного воздействия для нее не всегда подходят. Большое значение приобретают, так называемые, социальные сети в сети Internet, такие как Одноклассники.ru, ВКонтакте.ru, Facebook.com. Причем в данных социальных сетях упрощается задача дифференциации молодежной целевой аудитории.

Безусловно, для современной молодежи становится важным и такой показатель, как степень интерактивности и наличие игровых технологий в используемых рекламных носителях.

Главным источником информации для исследуемой аудитории является прежде всего интернет. Высокий уровень конкуренции и кризис ATL-



технологий приводят к тому, что «арена борьбы за молодежный сегмент» постепенно перемещается на просторы глобальной сети. Этому способствует и повсеместное повышение доступности и качества домашнего интернета, усложнение форм и технологий передачи рекламной информации посредством сети, а также, к сожалению, отсутствие реального механизма правового регулирования интернет-рекламы.

Очевидность отмеченных тенденций естественным образом должна влиять на структуру продвижения соответствующих услуг и товаров, но насколько это влияние затрагивает качественные характеристики продвижения, можно узнать только посредством регулярного контент-анализа и мониторинга сети.

Такие характеристики молодежного социума являются определяющими, особенно в настоящее время, когда происходит интенсивное развитие новых информационных технологий. Особенно их важно учитывать при продвижении услуг и товаров, имеющих исключительно или преимущественно молодежную аудиторию.

В рамках данной статьи будут представлены результаты исследования структуры интернет-продвижения образовательных услуг в г. Саратове. Безусловно в полной мере результаты такого исследования отразить в рамках статьи невозможно, поэтому мы ограничимся определением ключевых трендов и проблем. Само исследование проводилось на основании отслеживания активности в области интернет-продвижения услуг высших учебных заведений. Критериями оценки стали само наличие такого продвижения, разнообразие технологий и форм продвижения, работа на долгосрочную и краткосрочную маркетинговую перспективу.

В целом, с точки зрения интернет-присутствия, саратовский рынок глубоко провинциален и неразвит. Незначительное количество региональных фирм имеют собственные сайты, либо сами сайты редко обновляются и качественно поддерживаются. Эта общая проблема имеет свои причины: дороговизна, отсутствие собственных сил и возможностей поддерживать интернет-коммуникацию, а зачастую низкий уровень культуры и знаний в области продвижения и рекламы у многих руководителей. Наиболее распространенными формами интернет-продвижения в Саратове являются баннерная и контекстная реклама, которые по всем характеристикам не являются самостоятельными и достаточными для обеспечения коммуникации с потребителем.

Эта общая характеристика во многом сохраняет актуальность при исследовании рынка различных образовательных услуг в городе. Что касается контекстной рекламы, то многие организации указанного сегмента рынка размещены в поисковиках (yandex, google). Это вполне оправдано, если иметь в виду, что каждый год десятки тысяч абитуриентов России сталкиваются с проблемой выбора подходящего для себя учебного заведения, при этом 80% будущих студентов осуществляет поиск информации, используя поисковые системы yandex, google, rambler [4].

Однако в Саратове при запросах по ключевым словам «образование, высшее образование» первые страницы отражают рекламную информацию госструктур, автошкол и только потом некоторых вузов. Информация по многим вузам содержится на второй и последующих страницах, а о ссузах и их специальностях практически отсутствует. Ситуацию спасает размещение информации на различных порталах Саратова (sarbc, allsaratov, navigator64), но анализ контактной информации размещенной на них показывает, что большинство учебных заведений среднего профессионального и среднего специального образования собственных сайтов не имеет. В то же время даже с точки зрения удобства работы с персоналом и учащимися сайты образовательных учреждений признаны эффективными.

Как уже отмечалось, продвижение в поисковых системах не является достаточным, поскольку для того, чтобы потенциальный студент мог легко найти и получить всю необходимую информацию об учебном заведении, необходимо создание качественного сайта, и только потом его продвижение в поисковиках.

Оценка качественного состояния сайтов вузов также может дать представление об их коммерческом и маркетинговом потенциале. Некоторые саратовские вузы уже начинают использовать новые маркетинговые интернет-технологии, такие, как молодежные и студенческие порталы, сайты, форумы и чаты. Это замечательная возможность не только информировать, но и привлекать абитуриентов и поддерживать связь со студентами используется пока не в полной мере. У ряда вузов вообще нет студенческих порталов и сайтов, и даже у тех заведений, которые данный ресурс используют, не отработаны механизмы и технологии их привлечения в качестве маркетинговых коммуникаций. Их интернет проекты включают студенческие порталы, сайты, которые имеют в основном информационный характер, с небольшим присутствием развлекательных возможностей в виде форума и чата. К таковым относятся студенческий портал Саратовского государственного университета star.sgu, молодежный портал Саратовского государственного социально-экономического университета «Эконом», студенческие сайты медицинского госуниверситета – «Студенческое научное общество» и «Общество молодых ученых и студентов СГМУ».

Практически не представлены высшие учебные заведения города в сетевых сетях, чей маркетинговый потенциал огромен и выступает объектом исследования многими учеными различных отраслей науки. Поскольку преимуществом любой социальной сети является огромная аудитория, большую часть которой составляет молодежь, отсутствие активности вузов в этом направлении интернет-продвижения представляется серьезным упущением. Особую актуальность эта проблема приобретает в современных условиях, когда вузы испытывают объективную нехватку абитуриентов. Приобщение к новым модным интернет-тенденциям может повлиять не только на приток будущих студентов, но и в целом на имидж учебного заведения, что немаловажно с точки зрения долгосрочной перспективы развития.

Обобщая результаты такого первичного анализа маркетинговой активности саратовских вузов в глобальной сети, можно заключить, что коммуникация со студентами будущими и настоящими осуществляется устарелыми методами, потерявшими свою эффективность. Борьба за абитуриентов и поддержание вузом собственного имиджа невозможны без качественного интернет-присутствия. Контекстное и баннерное размещение должно сопровождаться созданием официальных и молодежных сайтов, а также студенческих социальных сетей, которые будут выполнять функции налаживания плотного общения среди студентов, абитуриентов, сотрудников вузов, а также формировать за вузами образы инновационных современных высших школ, дающих востребованное образование.

#### ПРИМЕЧАНИЕ:

1. <http://www.teenresearch.com>
2. Попов П. Вкладываться в молодежь просто жизненно необходимо для любого бренда // Московский международный фестиваль рекламы RED APPLE. ULIMITED. 22-26 сентября 2008. Каталог фестиваля. М., 2008.
3. Толмачева С.В., Генин Л.В. Реклама глазами молодежи // Социс. 2007. № 4.
4. [http://www.webprojects.ru/services/promo/promo\\_business/education/](http://www.webprojects.ru/services/promo/promo_business/education/)

*Аракчеева М.Б.*

### **ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ**

России формируется общество, основу которого составляют свободная личность, эффективная собственность, демократия и правовые институты власти. В стране изменились экономические условия, установились рыночные отношения, выросла политическая активность. В связи с этим резко актуализировалась проблема политического предпочтения личности.

С развитием рыночных отношений и легализацией частной собственности, в России возникло предпринимательство. Это наиболее экономически активный слой общества, поэтому он всегда будет стоять за свои деловые интересы. А поскольку эти интересы требуют законопавия и защиты прав личности, то предприниматели должны бороться за общественное устройство, соответствующее тем идеалам, которые им выгодны. Работа и успех каждого из них зависят от состояния экономики и политики страны, они просто обязаны обеспечить и закрепить такие общественно-политические условия, которые бы гарантировали их экономическое господство при любых политических коллизиях, ибо условием этого является государственная поддержка и правительственное обеспечение привилегий на рынке. Таким

образом, изучение политических предпочтений предпринимательства становится особенно актуальным.

Хотя предпринимательство в качестве объекта исследования достаточно широко представлено в социологической литературе, но политические предпочтения предпринимателей мало изучены [1], что и вызвало необходимость дополнительного сбора социальной информации.

Важным критерием политических предпочтений предпринимательства выступает их интерес к политической жизни страны. Проведенный социологический опрос [2] показал, что 24,7% опрошенных - полностью равнодушны к политике; 43,5% респондентов проявляют непосредственно интерес только к тем событиям, способным повлиять на их жизнь; 18,8% - активно интересуются политической жизнью. Количество предпринимателей, занимающихся политикой профессионально и, наоборот, отрицательно относящихся к этой сфере деятельности, совпадает и составляет по 5,9%. Это свидетельствует о невысоком уровне заинтересованности предпринимателей в сфере права и политики.

68,9% опрошенных предпринимателей интересуются событиями политической жизни города Саратова, 31,1% - относятся к этому равнодушно. При выборе наиболее предпочитаемых форм политического участия мнения предпринимателей разделились на следующие: 48,1% - предпочитают избирать; 13% - дистанцироваться от политики; 12% - избираться самому и 11,1% - участвовать в мирных демонстрациях. Из полученных результатов видно, что около половины предпринимателей считают голосование наиболее адекватной и достаточной формой политического участия. Как оказалось, самый большой процент активно интересующихся политической жизнью выявлен среди предпринимателей в сфере строительства, общественного питания и юридических наук. Кроме того, чем крупнее предприятие, тем выше политическая активность. Предприниматели достаточно обеспеченные интересуются политической жизнью чаще всего уже с позиций профессионального участия.

Выявлена зависимость уровня политической активности от уровня образования: чем выше уровень образования, тем выше уровень политической активности. Кроме того, занимаются профессионально политикой предприниматели, имеющие ученую степень.

Предприниматели, имеющие самый высокий и самый низкий доходы, активнее других интересуются политической жизнью. Среди этих групп наиболее ярко выражен разброс мнений относительно желаемого политического режима государства. На наш взгляд, это связано с тем, что предприниматели с низким уровнем дохода имеют меньше ресурсов для стабилизации своего положения. Развитие их предпринимательской деятельности зачастую зависит от политики властей, как регионального, так и федерального уровня.

На вопрос о предпочитаемых формах политической организации были получены следующие ответы: 38,8% - президентская республика; 15,3% - парламентская республика; по 3,5% - конституционная монархия и

президентско-парламентская республика; 2,4% - выбрали демократический режим и по 1,2% - режим, при котором людям жилось бы хорошо и ныне существующий. Полученные ответы позволяют сделать вывод о демократической ориентированности предпринимателей. Наиболее оптимальной формой, по мнению большинства предпринимателей, является президентская республика. Новая политическая стратегия рассматривается как создающая более стабильные условия для работы предпринимателей, повышения эффективности их деятельности. Возможно, именно это объясняет и высокий уровень доверия к президенту.

Социологический опрос показал, что 37% предпринимателей полностью или частично не доверяют президенту; почти 63% в различной степени доверяют ему. Государственной Думе не доверяют 58% и лишь немного более 31% - доверяют. 18,8% - не доверяют правительству, 38,8% - скорее нет, чем да; 31,8% - скорее да, чем нет; а доверяют полностью лишь 2,4% опрошенных. 52% опрошенных в той или иной степени доверяют силовым структурам, 36% - не доверяют им. Не доверяют судам и прокуратурам 52% предпринимателей, 32% - доверяют им в разной степени. Таким образом, предприниматели больше всего доверяют президенту, рассматривая его как гаранта защиты прав. Меньшим доверием пользуется Государственная Дума. Возможно, это является отражением проблемного характера реализации многих законов, принятых этим институтом власти.

Таким образом, на уровень политико-правовых предпочтений предпринимателей наиболее существенное влияние оказывают такие факторы, как сфера бизнеса, размер предприятия, уровень образования и дохода. Большинство опрошенных предпринимателей проявляют интерес лишь к тем событиям, которые способны повлиять на их бизнес и жизнедеятельность. Слой региональных предпринимателей принимает не очень активное участие в политической жизни страны. Их политическая активность носит избирательный, прагматический характер и ограничивается преимущественно жизнью своего региона.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Безгодов А. В. Очерки социологии предпринимательства. СПб, 1999; Орлова Е. В. Современное российское предпринимательство. Саратов, 2002; Вебер М. Избранные произведения. М., 1990; Зарубина Н. Н. Без протестантской этики: проблема социокультурной легитимизации предпринимательства в модернизирующихся обществах // Вопросы философии. 2001, № 10; Дыльнова З.М. Предпринимательство в структуре гражданского общества современной России. Саратов, 2006 и др.
2. Данное социологическое исследование было проведено в ЦРСИ СГУ с участием автора в 2009 году методом анкетирования. В исследовании используется многоступенчатая квотно стратифицированная выборка. Выборочная совокупность составляет 287 чел.

## **ВЛИЯНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРЕСТИЖА ПРОФЕССИЙ НА СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ МОБИЛЬНОСТЬ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ**

Развитие человеческих ресурсов и подготовка квалифицированных кадров имеют ключевое значение для подъема экономики России и ее интеграции в мировое экономическое пространство. Рыночная экономика предъявляет повышенные требования к качеству рабочей силы, ее образовательному, профессиональному и квалификационному уровню, социальной мобильности. В последние годы в связи со структурными преобразованиями современного российского общества обострилось противоречие между потребностями рынка труда в рабочих и специалистах и перепроизводством кадров, в которых экономика регионов не нуждается.

Устойчивый интерес к услугам учреждений высшего профессионального образования объясняется тем, что в обществе существует социальный стереотип ценности высшего образования как условия устойчивого социального положения индивида в обществе, сформированный у старшего поколения.

В то же время необходимо отметить, что динамика популярности высшего образования в нашей стране представляется достаточно интересной. Так, в исследованиях Р. Г. Гуровой отмечается, что если в 1960-е годы лишь 40 – 45 % выпускников общеобразовательных школ стремились получить высшее образование, то в 1970-е годы эта цифра достигла уже 67 % [1]. В период с 1988 по 1994 годы доля учащихся с установкой на получение высшего профессионального образования снизилась с 58 % до 24 % [2]. В 1995 году М. Н. Руткевич в своей работе, посвященной изучению выбора жизненного пути выпускниками основной школы, отметил, что 2/3 опрошенных выразили намерение поступать в вузы [3]. Приоритетным направлением самоопределения для 86,5 % учащихся 11-х классов средних школ по результатам исследования за 1996 год являются вузы [4]. Студентами высших учебных заведений хотели бы себя видеть 84,4 % респондентов в исследовании 1998 года [5]. Данные за 2000 – 2002 годы, полученные Н. В. Темеревой, свидетельствуют о динамике возрастания потенциальных абитуриентов среди выпускников общеобразовательных школ, где высшее образование собираются получать 91,4 % выпускников [6].

Выбирая профессию, молодой человек выбирает вид деятельности и соответствующий образ жизни, социально-профессиональную группу, форму реализации своих интересов и способностей. Исходя из престижа профессий, индивид выбирает образовательное учреждение, не задумываясь порой об анализе реальной ситуации на современном рынке труда и перспективе реального трудоустройства по будущей профессии. И как следствие проблема трудоустройства осложняется несоответствием объемов и профилей подготовки кадров потребностям экономики регионов и завышенным выпуском

специалистов по «модным» профессиям в ущерб подготовке кадров для возрождающейся промышленности, социальной сферы и новых рыночных отношений.

Несоответствие между потребностями рынка труда и деятельностью системы образования обусловлено, прежде всего, стремительной сменой экономической модели, при этом образование как значительно более консервативная сфера не может успеть за происходящими изменениями. В последние годы разрыв скорости перемен (рынка труда и профессионального образования) стал увеличиваться. Кроме того, высшая школа в общем и целом оказалась не готова к буму высшего образования – ни организационно, ни технологически, ни в кадровом отношении, ни в ресурсном. Соответственно, качество этого образования стало падать, особенно в некоторых секторах образовательной системы (сектор юридического, экономического и управленческого образования в непрофильных вузах, в некоторых сегментах сектора инженерного и медицинского образования и т.п.). Одновременно стал расти разрыв между престижным и массовым образованием, к чему российское общество по большей части оказалось не готово.

Однако, в то же время с рынка труда поступают достаточно явные сигналы, стимулирующие и определяющие поведение настоящих и потенциальных работников. Высшее образование в настоящее время воспринимается как императивное требование работодателя, как необходимое, но недостаточное условие получения рабочего места в эффективном сегменте рынка труда. Часто высшее образование, даже в тех сегментах, которые ранее его не требовали, должно быть подкреплено дополнительным образованием, направленным на углубление или специализацию знаний и умений. Существующая в России до сих пор закрытость трудовой сферы порождает определенные мифы, существенно деформирующие трудовые и образовательные стратегии населения, с одной стороны, и снижающие эффективность работы трудовых коллективов, с другой стороны, вследствие того, что работодатель не получает на рынке труда того работника, который ему нужен, и вынужден поэтому инвестировать средства в его переучивание, которое далеко не всегда приносит ожидаемые результаты.

Данные региональных служб занятости свидетельствуют, что в общем объеме предложения рабочей силы доля выпускников образовательных учреждений ежегодно составляет 15-20 % [7]. Основными причинами, сдерживающими эффективное трудоустройство молодых специалистов можно назвать следующие:

1. низкая конкурентоспособность выпускников в силу отсутствия у большинства из них опыта работы и необходимых навыков самоопределения на рынке труда;
2. несоответствие профессионально-квалификационной структуры выпускников потребностям экономики и структуре имеющихся вакансий;
3. отсутствие механизма, обеспечивающего взаимосвязь между рынком труда и рынком образовательных услуг;

4. отсутствие вакансий для выпускников вузов с высокой квалификацией, а также без опыта трудовой деятельности;

5. трудовая мотивация выпускников еще не сформирована и часто они отдают предпочтение высокооплачиваемой и престижной работе.

Проведенный социологический опрос среди безработных выпускников вузов г. Саратова показал, что каждый пятый безработный выпускник имеет специальность бухгалтера или экономиста, большую часть составляют молодые люди, имеющие дипломы Саратовского государственного университета, технического университета, социально – экономической университета, гендерный состав безработных выпускников идентичен составу безработных, зарегистрированных в службе занятости: 84,0% составляют женщины, основная часть выпускников (83,8%) принадлежит к семьям с низким достатком, в которых среднедушевой доход ниже величины прожиточного минимума, степень удовлетворенности полученной специальностью, желания получить дополнительные трудовые навыки, готовности к переобучению, к менее квалифицированному труду зависит от длительности безработицы, основная часть безработных выпускников считает целесообразным заключение целевых контрактов с профессиональными учебными заведениями по подготовке специалистов, только 10 % опрошенных выпускников предпочитают свободно трудоустройство, степень информированности выпускников о ситуации на рынке труда зависит от продолжительности их зарегистрированной безработицы, на протяжении которой с ними занимаются специалисты службы занятости, каждый пятый безработный выпускник отметил, что нуждается в психологической поддержке, т.к. считает, что находится в состоянии психологического стресса, каждый третий нуждается в освоении технологии самопрезентации и услугах специалиста по построению профессиональной карьеры, факторы жизненного успеха различаются по гендерному признаку, тем не менее общим для всех является стремление к материальному благосостоянию, иметь свой дом и хорошую семью, интересную работу, хорошее здоровье, вузовские структуры, включая агентства по трудоустройству, по мнению безработных выпускников не оказывают заметного влияния на проблему занятости студенческой и поствузовской молодежи, основная часть безработных выпускников считает, что главной целью таких структур должно быть содействие в трудоустройстве, в противном случае целесообразность их существования является спорной [8]. Данное социологическое исследование выявило существование серьезных противоречий на рынке труда молодых специалистов. Это противоречия между социальными, профессиональными ориентациями вузовской молодежи и реальными потребностями предприятий, организаций и фирм в рабочей силе, существующей системой вузовской подготовки, реальным содержанием будущей профессиональной деятельности и ожиданиями работодателей, теоретической подготовкой выпускников и слабыми практическими навыками и умениями использования знаний.



В качестве средств повышения конкурентоспособности выпускников вузов, активизации процесса профессионального самоопределения и оптимизации их трудоустройства можно выделить:

1. профориентация выпускников средних школ,
2. информирование как школьников и их родителей, так и выпускников вузов о востребованности тех или иных специальностей на рынке труда,
3. психологическая поддержка, а также обучение навыкам составления резюме и ведения переговоров с работодателем.

Трудоустройство выпускников ВУЗов, а также эффективность обучения и качество подготовки специалистов в значительной степени определяются не только текущей ситуацией на рынке труда, но и планами на будущее, на среднесрочное перспективу. Решение проблемы трудоустройства выпускников учреждений профессионального образования, особенно вузов в значительной степени определяется тем, насколько адекватно прогнозные потребности рынка труда ориентированы учащиеся средних школ.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Гурова Р. Г. Выпускник средней школы: Опыт сравнительного социолого-педагогического исследования. М., 1977.
2. По результатам межвузовской программы «Общественное мнение» (руководитель А. А. Овсянников). Источник: Социология в России / Под ред. В. А. Ядова. М., 1998. С. 275.
3. Руткевич М. Н., Потапов В. Н. После школы: социально-профессиональные ориентации молодежи. М., 1995.
4. Шереги Ф. Э., Харчева В. Г., Сериков В. В. Социология образования: прикладной аспект. М., 1997.
5. Чередниченко Г. А. Личные планы выпускников средних учебных заведений (сравнительный анализ) // Социологические исследования. 2001. № 12. С. 108 – 115.
6. Темерева Н. В. Профессионально-образовательная ориентация современной российской молодежи // Поколенческая организация современного российского общества (специфика современных межпоколенческих отношений): Коллективная монография / Под ред. Г. В. Дыльнова и Н. В. Шахматовой. Саратов, 2003. С. 172 – 173.
7. Назарова И.Б. Преподаватели экономических дисциплин: профессиональный потенциал, особенности занятости и трудовой мотивации. М., 2005.
8. Повышение эффективности системы содействия трудоустройству и адаптации к условиям рынка труда выпускников учреждений профессионального образования. М., 2003. С. 17.
9. Банк данных свободных рабочих мест Саратовской области Департамента ФГСЗН по Саратовской области за 2007 год.

## **ПРАКТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ В КОММЕРЧЕСКИХ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ**

Социально-экономическая среда – динамична по своей природе, и содержит в себе множество противоречий, порождающих конфликтные ситуации на макро и микро уровнях. Межгрупповые конфликты в трудовых коллективах возникают не только в периоды трансформации экономики государств, в периоды промышленных и экономических кризисов, но и в относительно стабильные периоды. Например, инновации в законодательстве, касающиеся экономической сферы, могут спровоцировать межгрупповые конфликты, как между субъектами экономики, так и внутри них, кроме того, организационно-трудовые и субъективно-личностные противоречия всегда присутствуют в организациях, особенно крупных.

Эмпирическую базу в изучении природы социально-экономических конфликтов составили исследования 2000-2009 гг. проведенные методами наблюдения и экспертных интервью в частных производственных предприятиях (г. Энгельс, г. Саратов 200 – 2005 гг.) и в государственном ведомстве федерального значения (г. Москва 2007 – 2008 гг.).

На примере ОАО «Горпищекомбинат «Энгельский» (саратовская область г. Энгельс) рассмотрен процесс формирования, развития, трансформации и диверсификации конфликтов. В структуру ОАО ГПК «Энгельский» входит кондитерская фабрика, цех фруктовых вод и пивоваренный завод, которые размещаются на трёх отдельных площадях в центральной части г. Энгельса. Структура предприятия, объединившего принципиально разные направления производства, объясняется сезонностью товаров. Таким образом, два направления предприятия, попеременно являлись дотационными и донорскими. При этом в коллективе (на протяжении всего существования предприятия) возникали конфликты, предметом которых был спор: «кто за счёт кого живёт и кто кого «кормит».

Подобные организации находятся в зоне постоянного риска возникновения конфликтов. Предприятия со сложной структурой более инертны и менее адаптивны к меняющимся условиям внешней социально-экономической среды, что создаёт дополнительные условия возникновения конфликтов. Именно изменения внешней социально-экономической среды (переход от планово-административного ведения экономики государства, к рыночной экономике) стали почвой для возникновения серьёзного межгруппового конфликта на ГПК «Энгельский», повлекшего за собой кризис предприятия.

Неспособность комбината своевременно принять меры по адаптации привела к эффекту «консервирование предприятия» на фоне меняющейся внешней социально-экономической среды. Эффект «консервирования» был достигнут несколькими десятилетиями работы с поставщиками сырья и

оптовыми покупателями произведённой продукции по указаниям от исполкомов, а после по принципу родственно-дружеской связи. С одной стороны, это обеспечивало стабильность производству: сырьё приходило вовремя, продукция сбывалась, следовательно, рабочие были обеспечены занятостью и зарплатой. Но с другой стороны, подобная искусственная стабильность и девиз работников: «Мы и так всё продадим, что бы ни произвели» – способствовали стагнации, отставанию от конкурентов и постепенному вытеснению предприятия с рынка.

Нестабильность макросистем государства 1991-2000 гг. привела к дисбалансу в организациях. Прибыли стали носить не систематический а хаотичный порядок, что не позволяло планировать расходы предприятия на поддержание условий труда, обновление оборудования развитие товарного ассортимента. Плановое обновление и реконструкция производства сменилось практикой «латания дыр», что привело к проблемам технического характера (структурно-производственным и товаропроизводственным противоречиям), усугубляющим конфликтные ситуации. Подобные проблемы актуальны для предприятий современного глобального экономического кризиса.

Конфликт в коллективе ГПК «Энгельсский» развивался по трём направлениям: взаимоотношения трудовых групп, взаимоотношения руководителей и подчинённых, взаимоотношения организации и внешней социально-экономической среды. Конфликт между трудовыми группами разделил коллектив по отношению к инновациям на пропагандирующую и тормозящую группы; по принадлежности к структуре коллектива на коммерческую и производственную группы.

Во главе коммерческой группы была женщина-лидер – коммерческий директор, отстаивающая свои интересы и интересы подчинённых ей отделов (снабжения и сбыта). Сотрудники коммерческой службы имели прибавку к окладам в виде процентов с продаж, откатов и бонусов от фирм-партнёров. Отсутствие легального повышения заработка и процентных надбавок у производственной группы, спровоцировало создание оппозиции.

Во главе производственной группы стала другая женщина-лидер – начальник лаборатории, которая организовала систему «чёрного» сбыта. Имея право вето на ввозимое сырьё, она внедрила своего человека сначала в отдел снабжения, за тем в отдел технического обслуживания оборудования. Например, при производстве лимонада, на 1000 литров списывается 300 литров на разлив, брак и т.д. Оказалось, что в начале линии есть рычаг, ослабляющий цепь, поэтому при проверке фиксировалась большая потеря жидкости, что не соответствовало действительности. Доказательством «чёрного» сбыта не только лимонада, но и всей продукции, стали свидетельства работающих в отделе маркетинга торговых представителей. Обращаясь к потенциальным покупателям с предложением приобретения продукции, они сталкивались с подобными ответами: «Я на вашем Горпищекомбинате куплю всё, что захочу и заплачу столько, сколько захочу».

Стадия возникновения конфликта сменилась возникновением инцидента. Увольнение из отдела снабжения члена производственной группы послужило

инцидентом, после которого производственная группа стала тормозить все идеи коммерческого отдела относительно продукции, усложнилась выписка сертификатов соответствия на продукцию и выдача сертификатов качества клиентам. Конфликт перешёл на следующую стадию развития – кризис в отношениях.

Кризис в отношениях между коммерческой и производственной группами стал отпугивать постоянных клиентов, а новые, сталкиваясь со сложной бюрократической системой, отказывались сотрудничать. Искусственно вызванный кризис спроса, по замыслу производственной группы, должен был повлечь уход с предприятия коммерческого директора и его людей. Расчёт производственников не оправдался. В первую очередь пострадал бюджет предприятия, планируемый на социальную сферу (льготные путёвки, дополнительная медицинская помощь и т.п.). Во вторую очередь пострадал бюджет на развитие производства и инновации. Далее сократились объёмы закупаемого сырья и, как следствие, выпускаемой продукции. Репутация предприятия резко падала. Это всё отразилось и на «чёрном» сбыте, но исправить что-то на практике было крайне сложно, никто не хотел признавать ошибки, да и на их исправление средств не было. Заняв позицию маневрирования между интересами двух противоборствующих групп, руководство ухудшало ситуацию и в итоге обеим группам стало невыгодным. Потеряв контроль над конфликтом, руководство потеряло предприятие, которое пришлось продать холдингу «Вита».

Учредительный и руководящий состав полностью сменился. Зная о конфликте между службами, новый директор принял решение устранить его путем смены коммерческого отдела, т.к. представители коммерческого отдела занимали более активную и ярко выраженную позицию борьбы. Часть социального напряжения в коллективе удалось снять, но проблемы, созданные кризисом отношений двух противоборствующих групп, создавали почву для новых конфликтов. Несмотря на практически полную смену коммерческой группы, конфликт между ней и производственниками не исчерпал себя. Это произошло потому, что субъект конфликта был устранён, а причина осталась и вызвала новую волну возмущения уже с обновлённой группой. За один год в коммерческой службе сменилось 5 руководителей.

Отсутствие мер по управлению конфликтной ситуацией, частая смена руководителей коммерческой службы, ухудшение положения предприятия на рынке, снижение заработной платы привели к тому, что конфликт между коммерческой группой и производственной ушёл на второй план относительно конфликта между работниками и работодателями. При этом между данными конфликтами прослеживалась чёткая причинно-следственная связь. Таким образом, произошла трансформация и диверсификация конфликта. Конфликт из горизонтального трансформировался в смешанный горизонтально-вертикальный. К ресурсному конфликту, обусловленному борьбой за дополнительный нелегальный доход, добавились инновационный конфликт, вызванный вхождением комбината в группу компаний «Вита»,

информационный, вызванный непониманием действий руководства, и внешний конфликт с организациями-партнёрами.

История конфликта ГПК «Энгельсский» доказывает, что отсутствие внимания к конфликтам со стороны руководства может привести к кризису производства. При разрешении конфликтной ситуации необходимо в первую очередь устранять причины конфликта, а не субъекты. Неразрешённые конфликты способны порождать новые конфликтные ситуации. Устранение причин конфликта и благоприятные изменения в экономике РФ привели к тому, что на сегодняшний день ГПК «Энгельсский» стабильное, развивающееся предприятие, продукция которого награждена медалями Министерства сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности.

В государственном ведомстве федерального значения (**Федеральное агентство водных ресурсов**) рассмотрены не только уже сформировавшиеся межгрупповые конфликты (как внутриорганизационные, так и межорганизационные), но и конфликты на начальных стадиях своего развития. Внутренняя структура Федерального агентства водных ресурсов (далее ФАВР) и принадлежность ФАВР к Министерству природных ресурсов (МПР) предполагает сложное внутреннее и внешнее социальное взаимодействие, что является благоприятной почвой для возникновения межгрупповых конфликтов.

Федеральное агентство водных ресурсов руководствуется в своей деятельности Конституцией Российской Федерации, федеральными конституционными законами, федеральными законами, актами Президента Российской Федерации и Правительства Российской Федерации, международными договорами Российской Федерации, актами Министерства природных ресурсов Российской Федерации и Положением о ФАВР. Неоднозначная трактовка всех выше перечисленных документов и противоречия, кроющиеся в них изначально, стали благоприятной почвой для внутриорганизационных и межорганизационных конфликтов.

Первое, с чего следует начать анализ сложившейся неблагоприятной ситуации в водном хозяйстве, – это с вопроса «является ли водное хозяйство отраслью?». Проблема состоит в том, что в государственном отраслевом реестре нет отрасли водного хозяйства, а значит, нет к нему должного внимания со стороны правительства, не ведётся аналитика соответствующая статусу отрасли, что создаёт зону социального дискомфорта между работниками водного хозяйства, водопользователями и другими государственными ведомствами и институтами.

На сегодняшний день водным хозяйством занимаются несколько организаций, и, по мнению экспертов, действия этих организаций не всегда согласованы между собой, более того они делают водное хозяйствование более инертным, а конфликтные ситуации развиваются вплоть до эскалации межгрупповых конфликтов.

Из всего выше сказанного следует, что создаётся конфликтная ситуация, информационный межгрупповой конфликт, причина которого непонимание действий законодательной и исполнительной власти со стороны ведомств, отвечающих за водное хозяйство. Открытые, публичные заявления

представителей власти относительно развития водного хозяйства противоречат реальным действиям и выпускаемым законодательным документам. Часть работников МПР и ФАВР поддерживают позицию законодательной и исполнительной власти, а часть воспринимают действия власти либо как халатность и попустительство, либо как намеренные действия по дисфункции водного хозяйства с целью его дальнейшего разграбления.

Введение нового Водного Кодекса породило ряд инновационных конфликтов, разделивший коллективы ФАВР, МПР, представителей законодательной власти и водопользователей на одобряющих и осуждающих. Практически все эксперты отмечали острую нехватку нормативных актов, без которых практическое применение Водного Кодекса невозможно. Отсутствие этих нормативных актов ведёт к вольной трактовке основных законодательных документов и порождает информационные конфликты, которые нередко трансформируются в мотивационные.

Одним из основных отличий нового Водного Кодекса от старого является введение договорных отношений с водопользователями, в то время как старый Водный Кодекс предусматривал лицензирование. Мнение экспертов по поводу того, лучше новый Водный Кодекс, чем старый или хуже разделились. Но причиной большинства конфликтов является не изменения в Водном Кодексе (ВК) как таковые, а ущемление интересов группы чиновников, спекулирующих на старом ВК с одной стороны и возникновение новой группы чиновников, спекулирующих на новом ВК. Таким образом, возникший конфликт можно охарактеризовать как инновационно-мотивационный.

Ещё одним новшеством Водного Кодекса является определение водных объектов, которые могут быть в частной собственности (пруды, обводнённые карьеры). Введение частной собственности на водные объекты породило наиболее острые конфликты, разделив оппонентов на одобряющих и осуждающих.

Специфика межгрупповых конфликтов между сторонниками официальной позиции, принятой законодательной властью РФ и их оппонентами в том, что последние обречены на провал и ведут борьбу с полным пониманием этого. Эскалация конфликта в данном случае носит ритуальный характер, нежели функциональный.

Ресурсные конфликты, возникающие в ФАВР, можно разделить на межорганизационные, связанные с делегированием материальной ответственности, и внутриорганизационные, связанные с распределением средств между БВУ (бассейно-водными управлениями). Большинство экспертов, указывая на экономические проблемы, в первую очередь связывали их с недофинансированием содержания гидротехнических сооружений и с изношенностью очистительных сооружений, невозможностью заменить их новым оборудованием. Недостаток средств частично компенсируется поиском ответственных за объекты организаций. Естественной реакцией предприятий и муниципалитетов на предложение взять на баланс то или иное гидротехническое сооружение является протест, отказ. Вложение денег в бесприбыльное дело не вызывает интереса.

Особую роль следует отвести назревающему конфликту, связанному с перспективой реформирования Федерального агентства водных ресурсов в РАО Вода. Против реформирования ФАВР в РАО выступают 53% опрошенных экспертов. Сторонниками реформирования ФАВР в РАО являются 29%, и 18% экспертов занимают нейтральную позицию, указывая, что в рыночном реформировании и переходе ФАВР в РАО есть как плюсы, так и минусы, в связи с чем, трудно однозначно утверждать будет ли такое реформирование благом для водного хозяйства и государства, либо вредом. Следует отметить, что изложенная позиция является гражданской. То есть, это позиция экспертов в рамках их личных убеждений. Но не все из противников реформирования готовы отстаивать свою точку зрения публично. Если принять во внимание намерения протестовать против рыночного реформирования, вступить в открытый конфликт, то получается, что активно протестовать против рыночного реформирования и перехода ФАВР в РАО будут 36%, а это на 11% меньше показателя гражданской позиции противников реформирования. Причиной отказа от борьбы является боязнь наказания от органов исполнительной власти. Данное реформирование вызовет не только внутриорганизационный межгрупповой конфликт в ФАВР, межорганизационный конфликт между ведомствами, министерствами и организациями водопользователей, но и может привести к общественному резонансу. Инновации подобного рода могут расцениваться как угроза обеспечения первичных потребностей, как ущемление материальных интересов граждан РФ.

*Рыбаков Р.В.*

## **ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ СУПРУГАМИ В СЕМЬЯХ ОФИЦЕРОВ ЗАПАСА**

Офицеры запаса, увольняясь из армии, оставляют за своими плечами долгие годы службы. Большую часть своей сознательной жизни они посвятили работе в армии; терпимо перенося все тяготы и лишения военной службы, начиная с курсантских лет и заканчивая демобилизацией на «гражданку». В связи с изменившимися условиями, бывшим военнотружущим необходима смена уклада жизни: уходят в прошлое ночные дежурства, вызовы на работу в любое время суток, появляются праздничные и выходные дни. В то же время, жизнь на «гражданке» – это новая жизнь, не только для офицера запаса, но и для его семьи.

Поэтому процесс увольнения из армии, это очень серьёзный и ответственный шаг в жизни не только военнотружущего, но и его близких. И порой для принятия такого решения им необходима помощь со стороны: родственников, друзей, сослуживцев. Но всё-таки основная поддержка военнотружущих исходит со стороны семьи. Именно здесь смогут найти

нужные слова и поддержать военного. При этом, семья как социальный институт, реализует жизненно необходимую функцию самосохранения общества, воспроизводства новых поколений. Как малая группа, в рамках которой индивиды вступают в первичные межличностные отношения, семья удовлетворяет их фундаментальные социально-психологические потребности. Исходя из этой двойственной природы семьи, её можно определить как основанную на единой общесемейной деятельности.

Семья офицера – это основанный на свободном и равноправном браке или родстве союз лиц, объединённых взаимной материальной и моральной поддержкой, заботой о воспитании детей, имеющих соответствующие права и обязанности и объективно воздействующих на выполнение офицером своего военно-профессионального долга.[1]

Для военного семья, это в первую очередь его тыл. И от того насколько он будет крепок, будет зависеть уверенность военнослужащего в самом себе, в своих силах и возможностях. Как видно, семейная жизнь (промежуток времени, который человек проводит в кругу членов своей семьи) для военного играет немаловажную роль. Хотя, как и для любого другого человека, бывшему военнослужащему необходимо время и на личную жизнь (временной промежуток, который человек уделяет только себе: когда он находится наедине с собой, один занимается каким-либо делом и т.д.).

Семья - это один из немногих островков благополучия, который придает осмысленность деятельности офицеров, помогает им сохранять душевное равновесие и внутреннее спокойствие. В обстановке, до предела наполненной драматизмом, активизируется самосохранительная функция семьи и ее роль как стабилизирующего фактора жизнедеятельности людей объективно возрастает. В большинстве семей кадровых и бывших военных поддерживается нормальный микроклимат и мало разводов. [2] Несмотря на все трудности большое значение придается духовной близости и взаимному уважению супругов, которые выступают реальным фактором внутрисемейной стабильности. В силу своей относительной закрытости семьи военных чаще и прочнее других придерживаются традиционных ценностей семейной жизни. Высокая идентичность брачного поведения семей кадровых военнослужащих также объясняется преобладанием гомогенных в социально-профессиональном и образовательном отношении браков. Вместе с тем, увольнение из армии сказывается на офицерах и их семьях не всегда одинаково. Все зависит от таких показателей жизненного цикла семьи, как возраст, количество детей, продолжительность брака, а также причин увольнения, места жительства и службы, занимаемой должности, материальной обеспеченности и многого другого, что определяет адаптационные возможности.[3]

По результатам исследования, проведенным в г. Энгельсе Саратовской области. Большинство опрошенных указали на то, что отношения с супругой у них не изменились – 51% респондентов, улучшились «живем, душа в душу» – 17%, стали меньше ругаться – 16%, ухудшились и развелись – 10%, ухудшились, не могут найти общий язык – 6%. В целом же полученные ответы можно охарактеризовать следующим образом. Так как больше половины



опрошенных ответили, что отношения в семье не изменились, то полученные результаты позволяют сделать двухзначную оценку ответам респондентов. С одной стороны респонденты сослались на этот вариант ответа, потому что не захотели давать точной характеристики своим отношениям с супругой, а с другой стороны, на их семью, увольнение из рядов Вооружённых сил, никак не отразилось.

У трети респондентов отношения в семье улучшились, и это может быть связано с тем, что уменьшилось количество стрессовых ситуаций (служба в армии требует полной отдачи сил, и не каждый человек способен это выдержать). Появилось больше свободного времени, которое офицеры запаса стали уделять своим семьям, либо они стали зарабатывать на порядок выше, в результате чего супруги ни в чём себе не отказывают.

Что же касается взаимопонимания в семье относительно финансового благополучия, то выяснили, что из тех респондентов, которые после увольнения из армии стали зарабатывать больше у 50% – отношения в семье не изменились, 26% – отношения в семье улучшились, и они стали жить с супругой «душа в душу», 18% – отношения улучшились, стали меньше ругаться. Отношения в семьях бывших военнослужащих ухудшились только у 6% опрошенных, при этом из них у 4% респондентов дело дошло до развода, 2% – не могут найти общий язык. Примерно такая же картина, только с небольшой разницей, складывается в семьях бывших военных, которые после увольнения стали зарабатывать немного больше. Так, как и в первом случае на первом месте стоит вариант «отношения не изменились» – 47,6%. Далее следует вариант «отношения улучшились, стали меньше ругаться» – 19%, отношения ухудшились и не могут найти общий язык 14,3% из числа отметивших этот вариант ответа. 9,5% – ответили, что отношения в семье улучшились, и была достигнута полная идиллия, живут «душа в душу», столько же респондентов отношения между супругами ухудшились и они развелись. У офицеров запаса, зарабатывающих столько же, сколько и в армии, отношения в семье не изменились у 80% респондентов, у 20% – отношения улучшились, живут «душа в душу». И остались без внимания три варианта ответов: «отношения улучшились, стали меньше ругаться», «отношения ухудшились, не можем найти общий язык» и «отношения ухудшились, и мы развелись», ни один из респондентов не отметил эти варианты. У респондентов, которые после армии стали зарабатывать немного меньше, отношения в семьях не изменились у 60%, а отношения ухудшились, вплоть до развода у 40%. Что же касается офицеров запаса, зарабатывающих меньше чем на службе в армии, то здесь в трёх вариантах по 33,3% – «отношения улучшились, стали меньше ругаться», «отношения не изменились», отношения ухудшились, и мы развелись». И два варианта респонденты оставили без внимания, ни один респондент не стал жить со своей женой «душа в душу» и не смог найти общего языка. Следовательно, можно сделать вывод, что изменение дохода по-разному отражается на взаимоотношениях супругов. Незначительное увеличение или уменьшение заработной платы мужа приводит к ухудшению отношений, а в частности, при уменьшении бюджета семьи, она распалась.

На отношения между супругами может оказывать не только доход, но и жилищные условия. После увольнения купили новую квартиру (дом), при этом это никак не отразилось на отношениях между супругами – 41,2% респондентов, стали жить «душа в душу» – 29,4% опрошенных, 23,5% – стали меньше ругаться, 5,9% – при улучшении жилищных условий развелись. В то же время те респонденты, которые в ближайшее время собираются переезжать, (63,6%) считают, что в их семьях никаких изменений не произошло, 13,6% – уверены в том, что в их семьях царит мир и порядок, и с жёнами они живут «душа в душу», 9,1% – стали меньше ругаться, что в свою очередь является показателем улучшенных отношений, у такого же количества респондентов семьи распались. И только 4,5% опрошенных не могут найти точек соприкосновения со своей второй половиной. Среди опрошенных оказались и такие, кто место жительства до сих пор не сменил, и переезжать не собирается, из них у 54,5% респондентов отношения в семьях не изменились, 20,5% – ругаться с «милыми» стали меньше, 15,9% – стали жить лучше, чем раньше, по одинаковому количеству голосов (4,5%) получили варианты «отношения ухудшились, не можем найти общий язык» и «отношения ухудшились, и мы развелись». «После увольнения лишились квартиры и новую до сих пор не купили», среди опрошенных этой категории людей 50% респондентов развелись со своими супругами, у 25% – отношения в семьях не изменились, разделили поровну между собой голоса 50% опрошенных варианты: «отношения улучшились, живём «душа в душу» и «отношения улучшились, стали меньше ругаться». Получили квартиру в другом городе и при этом не могут найти общего языка с «любимой» 28,6% офицеров запаса, 57,1% – считают, что в их семейной жизни ничего нового не произошло, 14,3% – наоборот, уверены в том, что отношения улучшились, и супруги стали жить «душа в душу». Среди респондентов, которые переехали на новое место жительства, и купили квартиру, 100% респондентов развелись со своими жёнами. Следовательно, можно сделать вывод, что изменение жилищных условий после увольнения оказывает значительное влияние на отношения в семье. Отсутствие постоянного места жительства, выливается в то, что супруги начинают ссориться. В лучшем случае возникают противоречия и разногласия. А в худшем, оставаясь без определённого места жительства супружеские отношения, начинают давать трещину, приводящую в последствии к разрушению семьи.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что в семьях бывших военнослужащих царит мир и порядок, только в том случае, если жилищные и финансовые проблемы их не касаются, как, в принципе, и в семьях гражданских людей.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

1. Евченко А. Ф., Разов П. В. Социология семьи военнослужащего: Учебное пособие. – М.: ВУ, 1999.
2. Быченков Ю. Социальная адаптация бывших военнослужащих и членов их семей // Социальное обеспечение. 2003. №8.

3. Баймышев В. Социальная адаптация бывших военнослужащих и членов их семей // Социальное обеспечение. 2004. №5.

*Спиридонов И.А.*

## **ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА**

Проблематика социального пространства присутствовала в трудах многих классиков социологии. Одни социологи рассматривали социальное пространство в рамках более широких теоретических конструкций, другие – непосредственно. Однако и у классиков и современных исследователей социальное пространство выступает контекстом социальной реальности [1, с.329]. Не смотря на это, содержание определения зачастую может значительно различаться.

Впервые ввел в научный оборот понятие социальное пространство Г. Зиммель. Зиммель утверждал социальность пространства на основании его освоенности человеком как существом социальным. Также Зиммель говорит о локальности социального пространства, связанной с ограниченной зоной деятельности субъектов его занимающих [2, с.57]. Также рассматривается вопрос о влиянии присвоенного пространства на субъекта в его взаимодействии с другими субъектами.

Отличный подход к рассмотрению социального пространства выдвинули представители Чикагской школы. В частности при рассмотрении социального пространства города Берджесс выдвигает теорию «концентрических зон», которые связаны с локализацией в ходе развития города неоднородных в социальном плане территорий. Р. Парк в рамках социальной экологии выделяет опять же в городской среде так называемые «естественные ареалы», формирующиеся «естественным» в социальном плане путем и характеризующиеся различной численность населения, его расовым составом, условиями жизни и особым, если говорить в терминологии Бурдьё, габитусом [3, с.151].

Драматургический подход И. Гофмана разделяет социальное пространство отдельного индивида на зоны переднего и заднего плана. «Исполнение индивида в зоне переднего плана можно рассматривать как усилие создать впечатление, будто его деятельность в этой зоне воплощает и поддерживает определенные социальные нормы и стандарты» [4, с.304]. Зона заднего плана проявляется в действиях индивида ненаправленных непосредственно на создание впечатления перед субъектами и группами.

Э. Гидденс, используя терминологию Гофмана, развивает собственный подход к рассмотрению зон социального пространства. Гидденс привносит понятие мотивации в процессе создания образа индивида. Также указывает на то, что индивиды используют задний план для создания психологической

дистанции между собственными взглядами на социальные процессы и их пониманием другими субъектами [5, с.194]. Присущее всем социальным субъектам качество разделения пространства на передний и задний план Гидденс распространяет и на городскую среду. В частности, он рассматривает промышленные районы, которые еще несколько десятилетий назад находились на переднем плане городского пространства, а теперь стремятся быть перемещенными на задний план (выведены из городской черты или иным образом отделены от прочего пространства современного города). Тот же процесс характерен для расселения людей: если раньше наиболее оптимальными для проживания считались центральные районы города, то теперь, поддерживаемые экологическими стремлениями, наиболее престижные районы перемещаются на окраины. Таким образом, центральные районы постепенно приобретают черты заднего плана [5, с.200]. Особый интерес, особенно в контексте изучения социального пространства города, вызывает исследование Гидденса ежедневных пространственных перемещений субъектов.

П.А. Сорокин определяет социальное пространство как совокупность связей индивида с другими индивидами внутри групп, к которым он принадлежит. Положение индивидов в социальном пространстве определяется наличием или отсутствием у них экономического, политического, а также профессионального капитала.

Согласно Бурдьё, социальное пространство представлено, во-первых, объективными пространственными структурами, во-вторых, структурами субъективными [6, с.38]. В отношении первого необходимо отметить, что любое социальное пространство стремится выразиться в физическом пространстве. Выраженное физически социальное пространство представляет собой, с одной стороны, распределение благ и услуг, с другой, - распределение индивидуальных агентов и групп. Физическое распределение благ и услуг из различных подполей, как правило, стремится сконцентрироваться в одном месте физического пространства. Соответственно в этих же местах концентрируются и их пользователи, что приводит к появлению различных мест, заселенных преимущественно однородными в социальном плане субъектами. Так как социальное пространство состоит из различных полей, то и позицию отдельных агентов в целом можно определить по их позициям в каждом значимом поле. Позиции в свою очередь зависят от наличествующего капитала, тип которого от поля к полю может различаться. Как было отмечено выше, социальное пространство состоит из различных полей. Само социальное поле можно определить как многомерное пространство позиций, в котором любая существующая позиция может быть определена исходя из многомерной системы координат, значения которых коррелируют с соответствующими различными переменными: таким образом, агенты в них распределяются, во-первых, по общему объему капитала, во-вторых, по сочетаниям наличествующих капиталов [6, с.58].

У Бергера и Лукмана непосредственно концепция социального пространства отсутствует. Однако понятие пространство раскрывается в

полной мере через понятие социальная реальность. Так, любой человек живет для него самого в реальном мире, но не все аспекты действительности реальны для него в равной степени [7, с.8]. Это связано с тем, что человеческое сознание не может объять весь окружающий мир. Как следствие, конкретные люди живут в своих смысловых подуниверсумах, в ограниченных социальных реальностях. Повседневную реальность, в которой и конструируется социальное пространство для отдельных индивидов, можно разделить на различные зоны, ближайшими из которых являются те, в отношении которых субъект обладает возможностями для манипуляции. Одновременно существует множество других зон, интерес к которым со стороны индивида не является непосредственным или же отсутствует вовсе.

Оригинальное построение социального пространства можно встретить у Н. Лумана. Согласно Луману, социальное наполнение понятия пространство не содержит социальных субъектов и их действия, а состоит из коммуникаций, которые среда сама воспроизводит. Поток коммуникаций зависит от людей, но является следствием их целенаправленных действий, а поддерживается определенными психическими и физическими способностями индивидов [8, с.109].

М. Кастельс вообще констатирует появление нового процесса – возникновение пространства потоков, заменяющего постепенно традиционное пространство мест. Это становится возможным благодаря появлению мощных информационных цепей и узлов с одной стороны и определенной пространственной организации доминирующих элит [9, с.53].

Таким образом, социологическая теория предлагает большой спектр различных представлений о социальном пространстве. В определенной степени в проблематике социального пространства можно выделить три основных аспекта: пространство как место взаимодействия социальных субъектов, пространство как совокупность социальных позиций и пространство в его физическом выражении [10, с.45]. В процессе изучения социального пространства для полноценного его измерения необходимо учитывать и рассматривать все выше перечисленные аспекты.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Чернявская О.С. Социальное пространство: обзор теоретических интерпретаций // Социология. Психология. Философия. Вестник Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского, 2008., №5.
2. Зиммель Г. Избранное. Созерцание жизни. М., 1997.
3. Парк Р.Э. Социология, сообщество и общество (фрагменты) // Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Сер. 11. Социология: РЖ / РАН. ИНИОН. М., 2000. № 3.
4. Гофман И. Представление себя другим в повседневной жизни. М., 2000.
5. Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации. М., 2003.

6. Бурдые П. Социология политики. М., 1993.
7. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М., 1995.
8. Севенен Э. Никлас Луман: критическая теория и способы изучения искусства // Социологические исследования, №12, 2007.
9. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М. 2000.
10. Филиппов А.Ф. Элементарная социология пространства // Социологический журн. 1995. № 1.

*Макарихина Е.А.*

### **ТРУДОВЫЕ КОНФЛИКТЫ В ПРОЦЕССЕ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ КОММУНИКАЦИЙ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ПРАКТИКЕ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ**

Современные тенденции развития менеджмента как науки и практики управления целенаправленной человеческой деятельностью, обеспечивающей оптимальное использование имеющихся материальных, финансовых и людских ресурсов для достижения поставленной цели или решения определенных задач, всё в большей и большей степени ориентированы на максимально возможный учет влияния человеческого фактора.

В последние десятилетия в нашей стране происходит глубокая трансформация общественной жизни, которая характеризуется обострением противоречий и нарастанием частоты и интенсивности, порождаемых ими социальных конфликтов на всех уровнях, что является закономерностью, характерной для переходных периодов общественного развития.

Сокращение государственного сектора экономики, процессы приватизации предприятий, появление большого числа коммерческих организаций и формирование частного предпринимательства поставило проблему модернизации, совершенствования новой системы управления, адекватной современным условиям. Переход от командно-административных методов воздействия к демократической культуре менеджмента в организациях, допускающей разнообразие социальных и индивидуальных интересов, усилил действие различных конфликтогенных факторов.

Управленческое воздействие на конфликты нередко запаздывает и оказывается малоэффективным, а порой и вообще неэффективным из-за того, что не учитываются стадии его развития, неправильно определяется социальное пространство, охваченное конфликтом, отсутствует системный подход к его разрешению. Управленческие решения начинают осуществляться лишь тогда, когда конфликт подошел к опасной грани, за которой он вообще не поддается

действенному контролю и регулированию. Кроме того, как показывает анализ практики, в большинстве организаций при проработке способов и средств целенаправленного управления конфликтов предпочтение по-прежнему отдается немедленному жесткому воздействию, а не постепенно достигаемому компромиссу и консенсусу. Подобное неподготовленное или некомпетентное вмешательство руководства вместо рационализации конфликтов способствует их провоцированию и дальнейшему обострению, нередко заводя в тупик.

Таким образом, существует объективная необходимость вписать имеющуюся конфликтность социально-трудовых отношений в российских организациях в определенные рамки, для чего следует разрабатывать и внедрять эффективную систему ранней диагностики конфликтов, их профилактики и предупреждения, прежде всего, опираясь на управленческий ресурс менеджмента предприятий.

Конфликт является естественной и закономерной характеристикой самых разнообразных социальных систем, существует объективная возможность его протекания в различных, в том числе и конструктивных, формах. Социальные конфликты характеризуются антагонизмом, противоборством социальных субъектов на основе объективных и (или) субъективно ощущаемых противоречий их интересов, потребностей, ценностей, целей, ролей и функций, притязаний на социальные статусы, власть и ресурсы.

Организационные конфликты представляют собой разновидность социальных конфликтов, отличительными особенностями которых являются следующие ключевые характеристики: во-первых, их предметную область составляют цели, интересы, ценности и ресурсы организации как элементы ее социальной подсистемы; во-вторых, социальным пространством, в котором развивается и протекает конфликт, является сама социальная организация; в-третьих, любой организационный конфликт в той или иной степени отражается на результатах деятельности предприятия, его социальной, экономической эффективности.

Организационные конфликты подразделяются на внутренние и с внешней средой. В сфере внутренних конфликтов, в свою очередь, выделяются межличностные, внутригрупповые и межгрупповые. Другим основанием классификации организационных конфликтов являются их функции или последствия для организационной системы, которые могут быть конструктивными или деструктивными, что определяет их организационную целесообразность. Очевидно, что конфликты могут оказывать деструктивное влияние, поэтому существует необходимость их предотвращения.

В соответствии с современным подходом, внутриорганизационный конфликт выступает не только в качестве одного из фундаментальных социальных явлений, но и как объект управления. Управление конфликтами включает в себя регулирование и разрешение уже возникших конфликтов, а также, что не менее важно, их профилактику и предотвращение. В соответствии с организационной целесообразностью того или иного конфликта, то есть влиянием его функций на цели и эффективность организации как системы, деструктивные конфликты необходимо предотвращать, не допускать их

перехода в фазу открытого противостояния, поскольку именно на предконфликтной стадии они более всего поддаются управленческому воздействию и требуют минимума издержек. Устойчивые позитивные результаты в профилактике и предупреждении деструктивных организационных конфликтов можно получить только посредством воздействия на их причины и благодаря комплексному подходу, который включает: повышение надежности системы управления персоналом; разработку алгоритмов разрешения конфликтов на научной основе и четкой схемы действий администрации в конкретных ситуациях; создание адекватной системы психической саморегуляции и эмоциональной устойчивости персонала путем применения технологий положительного воздействия; бесконфликтные процедуры перемещения, увольнения персонала. Особое место в организационном конфликтном менеджменте занимает практика привлечения «третьей стороны» к решению конфликтов. На предприятии руководителю редко удастся избежать участия в конфликте, тем более, если в нем участвуют его подчиненные. Задачей практической помощи менеджера по преодолению конфликта состоит в инициировании и организации конструктивного диалога между оппонентами как наиболее эффективной формы решения проблемы.

Решая проблемы предотвращения и профилактики деструктивных организационных конфликтов, менеджмент постоянно сталкивается с препятствиями, снижающими эффективность работы в данном направлении. Эти барьеры носят в основном социально-психологический, нравственный или правовой характер. Наряду с этим, желаемый результат в значительной степени зависит от личных качеств руководителя и его профессиональной компетентности, готовности к поиску взаимоприемлемых, конструктивных решений при разрешении противоречий, возникающих в организации.

Эффективность предотвращения организационных конфликтов зависит от целого ряда объективных и субъективных условий. К первым относятся: благоприятный микроклимат в организации, справедливое и гласное распределение материальных благ, наличие правовых и других нормативных процедур разрешения типичных предконфликтных ситуаций в организации; комфортная материальная среда, окружающая работников. Перечисленные выше факторы опосредованно влияют на конфликтное поведение каждого сотрудника и, следовательно, на вероятность появления конфликта с его участием. Вторая группа включает другие виды условий: структурно-организационные, функционально-организационные, личностно-функциональные и ситуативно-управленческие. Создание объективных условий на предприятии зачастую требует вложения определенных ресурсов, а также затрат времени. При этом они не могут предотвратить уже возникший конфликт, в отличие от субъективных, что создает некоторые сложности при определении их практической эффективности. Тем не менее, создавая систему профилактики и предупреждения деструктивных конфликтов, нельзя ограничиваться только субъективными условиями, стратегия предотвращения конфликтов требует комплексного подхода.



Главное, на наш взгляд, заключается в том, насколько эффективно управлять конфликтом, для чего необходимо знать истинные причины его возникновения, тип и возможные последствия для того, чтобы выбрать наиболее эффективный метод его разрешения.

*Трембовецкая В.Л.*

## **МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВЛАСТИ**

Несмотря на актуальность и признанные значения власти степень теоретической и практической изученности их в российской социологии нельзя считать достаточной. Все говорят о наличие феномена власти, но зачастую достаточно серьезная работа с ним вызывает сложности как в методике и технике, так и в применении полученных о нем знаний на практике.

Проблема власти в социологии трактуется неоднозначно, довольно четко просматриваются несколько различных методологических подходов к изучению этого феномена. В основе одного из таких подходов лежит стремление рассматривать власть как социальное отношение, неравное, ассиметричное по своей природе, где один из участников отношения имеет больше возможностей и прав влиять на другого. Действительно, субъект и объект власти находятся в определенных отношениях, которые принято называть властными. Вместе с тем, сама власть и возможность влиять на других зависят не только от власть предержащих, но и от тех личностей или организованных систем, на которые оказывается влияние. Реальной, абсолютной власти не существует, так как никто не в состоянии влиять на людей во все ситуациях.

Можно заметить, что любая совокупность людей выступает в виде иерархически организованной системы, основой которой является существование высших и низших слоев. Сущностью этой дифференциации людей является и неравномерное распределение власти и авторитета, прав и привилегий, ответственности и обязанности, наличие или отсутствие социально-значимых ценностей. Конкретные проявления политической, экономической, профессиональной и др. дифференциаций весьма многочисленны и, как правило, теснейшим образом переплетены. Любая организованная система предполагает четко обозначенные социальные зависимости, возникающие между людьми, живущими в одном обществе, либо зависимости, возникающие из сознательных воздействий друг на друга.

Социологический подход к исследованию проблемы власти заключается к дифференцированном подходе к потребностям, реализующимся на уровне общества, социальной группы, личности. Каждый из этих уровней обладает своеобразием и собственной логикой развития. В то же время они взаимопроникают друг в друга, образуя довольно пеструю картину человеческих стремлений, желаний и мотивов, трансформирующихся в то или

иное отношение к властным структурам, которые организованы и функционируют не только в разных сферах общества, но и на всех уровнях его социальной структуры: общественном, которое охватывает наиболее сложные социальные и политические отношения; публичном или ассоциативном, объединяющем различные коллективы и отношения в них; а так же личном, в малых группах. При этом на все уровнях власть определенным образом институализируется и иерархизируется. Власть на всех уровнях может разделяться на два типа: легальную или официальную, и нелегальную (теневую).

Совокупность же всех уровней и типов власти образует общую структуру власти, имеющую пирамидальное строение. На вершине – президент, правительство, парламент, в основании – общество в целом, между ними – множество ступеней, на которых располагаются различные «господствующие силы» – партии, группы единомышленников, руководство регионов, областей, городов.

Власть в обществе можно анализировать по сферам общественной деятельности, в этом случае речь может идти об экономической, военной, государственной, политической и т.п. властях. Важнейшими видами власти в современном обществе являются государственная и политическая власть. Следуют подчеркнуть, что между ними нельзя ставить знак тождества, хотя они и тесно взаимосвязаны между собой.

Реляционные концепции власти трактуют власть как отношение между двумя партнерами, в котором один индивид (субъект властных отношений) оказывает на другого индивида (объект властных отношений) определяющее влияние. Данный подход к пониманию власти является достаточно узким, поскольку трактует власть как асимметричное межличностное отношение, где присутствуют субъект и объект власти:

- теория «подавления – сопротивления» (Д. Картрайт, Д. Френч, Б. Рейвен) рассматривает такие властные отношения, в которых субъект власти тем или иным способом подавляет сопротивление объекта, который в свою очередь противодействует этому влиянию в той или иной степени

- теория борьбы за обладание ресурсами (П. Блау, Д. Хиксон, К. Хайнингс) основана на неравномерном распределении ресурсов между сторонами (эти ресурсы имеют статус «редких» или «важных», то есть представляют большую ценность для обоих).

- теория раздела зон влияния. (Д. Ронг) позволяет избавиться от асимметричности властных отношений, учитывая тот факт, что роли участников постоянно меняются, жестко не закреплены. [1]

Подобно реляционным концепциям власти, бихевиористский подход исходит из ее трактовки как отношения между людьми, причем акцент делается на мотивы, определяющие поведение людей в борьбе за власть. В рамках подхода можно выделить следующие импульсы к властвованию: природное стремление к власти (присуще не всем индивидам), стремление к обогащению и привилегиям, которые дает власть, стремление к самоутверждению и проч.

Бихевиористы Г. Лассуэлл и А. Каплан определяют власть так: «А имеет власть над В в отношении ценностей К, если А участвует в принятии решений, влияющих на политику В, связанную с ценностями К».

Методологическим стержнем является принцип эмпирического редукционизма, заимствованный бихевиористами из неопозитивистской философии науки. Согласно этому принципу, фундаментальной предметной областью научно-политического анализа являются эмпирически достоверные факты политического поведения индивидов; научным смыслом обладают только утверждения о таком поведении, которое допускает эмпирическую верификацию: они должны быть отделены демаркационной линией от политической «метафизики», т.е. от утверждений о фиктивных сущностях, какими объявлялись абстрактные политические понятия (сущность государства, суверенитет и пр.), от морально-нормативных оценок политики, суждений о политических идеалах и ценностях (равенство, справедливость).

Системные концепции допускают трактовку власти на трех уровнях:

- власть - свойство или атрибут макросоциальной системы (макроуровень);
- власть рассматривается на уровне конкретной системы: семьи, организации, властной структуры (мезоуровень);
- взаимодействие индивидов, действующих в рамках специфической социальной системы (микроуровень).

Системный подход выступает в современной науке как частнометодологическая концепция, призванная сформулировать в систематическом виде совокупность методов исследования систем различной природы и тем самым найти искомую «золотую середину». Системная методология начинается с описания проблемы как системы. Так, проблема власти описывается множеством целей власти, структурными и функциональными свойствами, а также способами осуществления власти. Формальная концептуализация власти позволяет измерять характеристики власти и соединять эмпирическое исследование с математической моделью.

Первая трактовка власти встречается у Т. Парсонса и Д. Истона. Парсоновская концепция власти основана на его теории социальных систем, которая описывает общество как самоорганизующуюся систему, исходным принципом существования которой является состояние «равновесия», достигающееся с помощью регулирующей деятельности социальных структур.

Представители другой теории (микроподход) Т. Кларк и М. Роджерс трактуют власть через ролевые взаимодействия акторов в специфической социальной системе. У каждого индивида в системе есть роль и статус, определяющие его способность влиять на поведение других индивидов.

Бурдьё вводит понятие «символической власти» и «политического поля». [2] Политическое поле Бурдьё определяет как социальное пространство, образуемое иерархией социальных отношений, а символическую власть в нем - как обладание совокупностью капиталов, которые распределяются между агентами в соответствии с их местом в политическом поле. Власть - не что иное, как символический капитал, основанный на вере и признании.

М. Фуко рассматривает власть как силовое поле, определяющее поведение действующих в нем субъектов, устанавливающее порядок взаимодействия между ними. По Фуко власть это отношение над отношениями, регулятор общественных отношений.

В волевых концепциях воля рассматривается как центральный элемент власти. За основу данного подхода может быть принято классическое определение Вебера, трактовавшего власть как возможность осуществлять свою волю в преследовании целей действия в рамках социальных отношений, несмотря на сопротивление и независимо от того, на чем такая возможность основана.

С точки зрения Харберса, государство в будущем может оказаться неспособным контролировать трения между конкурирующими ценностями, что приведет к крушению легитимности, а, следовательно, к исчезновению авторитета власти и полной оторванности общества.

Таким образом, методологический анализ проблемы власти показывает, что еще предстоит пройти непростой и достаточно долгий путь от общесоциологической теории власти до завершения институционализации политической социологии как отрасли социологического знания.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Власть: Очерки современной политической философии Запада/В.В. Мшвениерадзе, И.И. Кравченко, Е.В. Осипова и др. – М.: Наука, 1989. 328с.
2. Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть / Начала. М., 1994.

*Арефьева Е.О.*

## **ДЕТЕРМИНАЦИЯ МОЛОДЕЖНОГО ЭКСТРЕМИЗМА В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ**

Экстремизм является одной из самых серьезных угроз национальной безопасности мирового сообщества. Особенно остро эта проблема стоит перед Россией, историческая особенность которой заключается в проживании на ее территории разного по этническому и религиозному составу населения.

Проблема агрессивного и экстремистского поведения молодежи становится все более актуальной в условиях российской действительности. Элементы экстремистского поведения молодежи формируются на фоне деформации социальной и культурной жизни общества. В перечень основных причин роста экстремистского поведения молодежи, исследователи склонны включать следующие: социальное неравенство, желание самоутвердиться в

мире взрослых и недостаточную социальную зрелость, а также недостаточный профессиональный и жизненный опыт, а, следовательно, и сравнительно невысокий (неопределенный, маргинальный) социальный статус.

В настоящее время в сознании молодежи преобладают негативные оценки в отношении нынешнего состояния России и ее будущего. Современная молодежь проходит свое становление в очень сложных условиях ломки старых ценностей и формирования новых социальных отношений. Отсюда растерянность, пессимизм, неверие в будущее. Растет агрессивность и экстремизм, шовинизм и криминальность. Поэтому такой аспект социологии молодежи, как изучение проблематики молодежного экстремизма весьма актуален.

Молодежный экстремизм как явление последних десятилетий, выражающееся в пренебрежении к действующим в обществе правилам и нормам поведения или в их отрицании, можно рассматривать с различных позиций. Экстремизм молодежи не вызывается одной единственной причиной, а связан с целым их комплексом, и в большинстве случаев корни этого явления находятся не в патологии психологических реакций конкретных людей, а в глубоких латентных и явных социальных, экономических и политических недугах. Молодежный экстремизм в большей степени вызывается глубоко социальными проблемами социума.

Экстремизм - это социальная «болезнь», и самым опасным является то, что наибольшее распространение она получает в социально-незащищенных слоях населения. Общая радикализация взглядов населения России, в молодежной среде приобрела крайние формы выражения по причине того, что молодежь в реалиях как 20, так и 21 века была и есть одна из самых социально-уязвимых групп населения. К данному факту прибавляется юношеский максимализм, недостаточный уровень образованности и желание изменить окружающий мир. Молодежь наивно верит в возможность решения радикальными мерами сложных социальных проблем, приучается к мысли о возможности, допустимости и даже неизбежности использования экстремальных методов.

В ситуации социальной неопределенности, нестабильности и социальной напряженности экстремальность молодежи приобретает крайние, главным образом спонтанные черты, которые нередко перерастают в экстремистские проявления. Поводом к этому зачастую становятся попытки отдельных политических сил, государственных и общественных структур использовать молодежь в своих целях, подстрекая и провоцируя ее на экстремистские действия. Преимущественно групповой характер молодежного экстремизма, спонтанность и непредсказуемость придают данному явлению особую общественную опасность.

Природа молодежного экстремизма определяется социально-групповыми особенностями сознания молодежи, а формы проявления связаны со спецификой ее социального поведения.[1] Это не означает, что корень зла надо видеть в именно в молодежной среде. Как социально-демографическая группа молодежь является частью общества и по-своему отражает своеобразие

каждого этапа его развития. Поэтому для успешного противодействия молодежному экстремизму следует, прежде всего, четко отличать его причины, коренящиеся в несовершенстве самого общества, в недостатках государственной молодежной политики от форм его проявления, имеющих социально-групповую специфику.

В сознании молодежи, существует неопределенность, размытость представлений о понятии «экстремизм». Такая ситуация, может способствовать порождению самых разнообразных, как частных, так и всеобщих негативных ассоциаций. Экстремистами называют тех, кто причислен к таковым общественным мнением. Что совершенно четко относит экстремизм, как социальное явление, к числу наиболее опасных девиаций. Экстремизм является общим термином для обозначения негативных явлений социального характера.

Большинство молодых людей не испытывают неприязнь к людям другой национальности и вероисповедания соответственно. В среде студенческой молодежи экстремистские идеи имеют низкий уровень поддержки и реализации. Это может являться следствием достаточного уровня просвещенности и толерантности, являющегося результатом воспитательной деятельности ВУЗов. Но опасным, в социальном плане, является тот факт, что все же у 1/3 респондентов представители других национальностей и религий вызывают негативные эмоции, способные перерасти в открытый конфликт.

В целом можно говорить о том, что природа молодежного экстремизма определяется особенностями социально-группового сознания молодежи, а формы проявления связаны со спецификой ее социального поведения. Экстремистские настроения в молодежной среде незначительны даже в латентной форме, как и влияние немногочисленных мелких экстремистских групп и их лидеров, которые практически неизвестны среднестатистическому молодому человеку. Но в тоже время влиянию идеологии экстремизма, с последующим вхождением в экстремистские объединения и группировки, подвержены молодые люди имеющие низкий и средний уровень образования и кругозора, находящиеся в возрастной границе до 22 лет. Молодые люди в большинстве оценивают экстремизм во всех его формах и проявлениях как, несомненно, деструктивное явление, наносящее вред всему российскому обществу. Тем не менее, существуют факторы, влияющие на формирование экстремистских установок у молодежи различных возрастов и социальных статусов, что может приводить к ситуативным вспышкам экстремизма.

Подобная ситуация четко определяет необходимость внедрения и распространения различных форм и видов профилактики явлений способствующих радикализации взглядов и проявлению экстремизма в молодежной среде современной России. Можно выделить следующие варианты и пути решения данных проблем:

- совершенствование нормативно-правовой базы по профилактике правонарушений, так как именно с правонарушений начинали свою экстремистскую деятельность большинство членов радикальных группировок;
- координация действий всех органов системы профилактики, регулярное повышение квалификации социальных работников и психологов,

обеспечение подготовленными кадрами всех учреждений системы профилактики. Организация их деятельности в соответствии с научными разработками, данными мониторинга, социологическими и иными исследованиями;

- увеличение числа молодежных клубов, объединений по интересам. Обновление материально-технической базы клубов по мест жительства для детей и подростков, учреждений культуры как центров профилактики асоциальных проявлений среди молодежи;

- разработка и внедрение авторских программ по профилактике антисоциального, преступного и экстремистского поведения молодежи;

- стимулирование и поддержка гражданских молодежных инициатив, направленных на предотвращение экстремистских проявлений, привлечение к деятельности по профилактике общественных и религиозных организаций, социально ответственного бизнеса, использование воспитательного потенциала семьи;

- создание условий для развития социальной активности молодежи;

Задача общества, если не искоренить, то, во всяком случае, снизить уровень отклонений в поведении молодежи, выражающихся в различных формах радикализма, нетерпимости и экстремизма, ставящих под угрозу выживаемость российского общества.

#### ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Зубок Ю.А., Чупров В.И. Молодежный экстремизм. Сущность и особенности проявления. // Социологические исследования. 2008. №5. С. 46

*Толочкова Т.Н.*

### **КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ**

Исследования показывают, что более 90 процентов выпускников российских школ ориентируются на получение высшего образования. [1] Это привело к расширению приема в действующие вузы, а, также к открытию новых учебных заведений по всей стране. Появилось множество государственных и негосударственных образовательных учреждений, что привело к обострению конкурентной ситуации в сфере российского высшего образования. Положение усугубляется тем, что к 2009 г. количество выпускников средних школ практически сравнялось с планом приема на первые курсы всех вузов России, поэтому востребованность образовательных программ потребителями во многом определяется способностью учебного заведения оказывать услуги высокого качества.

В российском обществе качество традиционно рассматривается как соответствие стандартам. Контроль качества образовательного процесса реализуется через аттестацию учебного заведения. Эксперты дают заключение о содержании подготовки специалистов на основании изучения учебных планов и программ, практик, итоговых аттестаций. Особое внимание уделяется использованию современных педагогических технологий. Оцениваются наличие учебной литературы, научно-методических разработок, программно-информационных источников, оснащенность учебно-лабораторной базы современным оборудованием и средствами обучения. [2]

Государственная аккредитация гарантирует необходимый образовательный минимум, защищая общество от неквалифицированных и случайных учреждений. Предметом и содержанием процедуры государственной аккредитации являются оценка эффективности и результативности деятельности учреждений образования, установление ему государственного статуса, предоставление на определенный срок прав и полномочий выдавать документы об образовании государственного образца.

Очевидно, что получение документов, подтверждающих аккредитацию и аттестацию является лишь формальным условием существования вуза. В условиях высококонкурентного рынка простого соответствия стандартам недостаточно. Потенциальному потребителю образовательных услуг необходима информация о качестве обучения, а также конкурентоспособности диплома, открывающего возможность получения престижной работы. Комплексная государственная оценка не дает ответа на эти вопросы. Дополнительную информацию можно получить из рейтинговой оценки вузов России, проводимой органами управления образования. Основу рейтинга по приказу Министерства образования РФ от 19 февраля 2003 г. №593 составляют 19 локальных критериев, которые интегрируются в глобальные критерии и определяются по 41 значению исходных данных, характеризующих все основные направления деятельности вузов. Участие в рейтинге обязательно для всех аккредитованных высших учебных заведений и их филиалов. При составлении рейтинга оцениваются квалификация и перспективность профессорско-преподавательского состава вуза, его материальная, информационная и социально-культурная база. Объектом оценки являются активность вуза в подготовке аспирантов и научных исследований издательская деятельность и др.

Понятно, что выстраивать все университеты страны по комплексу из десятков количественных показателей достаточно сложно, нет абсолютной объективности и при выборе весовых коэффициентов.

В ситуации, когда вузы вынуждены конкурировать на рынке образовательных услуг, их финансовая стабильность все в большей степени зависит от потребителей этих услуг, готовых оплачивать образование. У каждого потребителя свои взгляды на ценность образовательных программ, субъективные требования к допустимым затратам на подготовку специалистов. Предприятия и организации ждут от вуза специалистов, которые с минимальными издержками смогли бы включиться в производственный



процесс. Если вузу удастся набрать способных абитуриентов, хорошо организовать учебный процесс, но его выпускники не востребованы на рынке труда, это свидетельствует о просчетах. По определению Д.Л. Константиновского, заместителя директора Института Социологии РАН, заведующего сектором «Социология образования и молодежи», качественным считается то образование, которое «позволяет двигаться вверх». Отсюда главным критерием качества образования становится судьба выпускника учебного заведения, именно по такой системе сегодня работает Запад. Все сказанное обуславливает необходимость серьезной исследовательской деятельности вуза по анализу тенденций и прогнозированию ситуации как на рынке образовательных услуг, так и на рынке труда. Вместе с тем, скольконбудь серьезных публикаций, посвященных концептуализации, измерению и исследованию качества услуг в образовании с точки зрения потребителей, явно недостаточно. Автором статьи были предприняты попытки получить информацию по заявленным проблемам. Объектом исследования стали выпускники школ г.г. Саратова и Энгельса, их родители, а также студенты аграрного и медицинского университетов г.Саратова. Опрошены были учащиеся 11-х классов, посещавшие подготовительные курсы и Лицея №15, имеющего специализированные классы.

Результаты опроса свидетельствуют о том, что при выборе учебного заведения большинство выпускников школ пытаются сопоставлять свои интеллектуальные возможности с «имиджем вуза», родители в большей степени ориентируются на свои финансовые возможности и на такую составляющую качества, как «востребованность полученной профессии на рынке труда». Достаточно важна для респондентов (здесь мнение учеников и родителей практически совпадает) материально-техническая оснащенность образовательного процесса, в частности, наличие учебной литературы, компьютерных классов и т.п. Немаловажна для будущих абитуриентов «возможность заниматься спортом» и «организация досуга и отдыха в каникулярное время» (около 70 % респондентов отметили этот пункт). Наличие у аграрного университета своего спортивно-оздоровительного комплекса, а также трех баз отдыха на Волге несомненно повышают его привлекательность в глазах абитуриентов.

Большое значение для будущих студентов и их родителей имеет статус образовательного учреждения. Подавляющее количество потребителей отдадут предпочтение государственным вузам, в рейтинге качества эта позиция занимает 3-4 позицию.

На 6-м месте – «стоимость образовательных программ» этот показатель определяет доступность вуза для потребителей, если поступление планируется на коммерческой основе.

Абитуриентам достаточно сложно, а зачастую невозможно собрать объективную информацию о качестве образовательных услуг, о трудоустройстве выпускников, а также о преподавательском составе. При ограниченности достоверной информации выпускники школ и их родители зачастую принимают решение о выборе образовательного учреждения,

основываясь не на реальных характеристиках его деятельности, а на своем представлении о престижности вуза. А престиж, в свою очередь, определяет ожидания, формирующиеся в отношении деятельности вуза. Диплом престижного вуза, считают абитуриенты, повышает конкурентоспособность в глазах работодателей, т.е., гарантирует успешное трудоустройство, получение интересной, высокооплачиваемой работы.

Проведенные нами исследования свидетельствуют, что на поведение выпускников школ при принятии решения о выборе образовательного учреждения и специальности наиболее сильное влияние оказывают родители. В ходе опроса около 50% респондентов отметили, что именно родители определили окончательный выбор. Поэтому деятельность вуза по формированию конкурентоспособного имиджа может стать более эффективной, если воздействовать не только на выпускников общеобразовательных учреждений, но и на их ближайшее окружение (родителей, учителей и т.д.).

На этапе выбора вуза у потенциальных получателей образовательных услуг формируются ожидания в отношении деятельности образовательного учреждения. В период учебы ожидания постепенно конкретизируются, и у бывших абитуриентов начинают формироваться более четкие представления, требования и критерии оценки качества услуг вуза.

Опросы студентов аграрного университета, проведенные в 2007-2008 г.г., позволяют лучше понять какие составляющие определяют качество услуг вуза и какова иерархия важности составляющих.

Итак, качество образования студенты оценивают прежде всего на основании востребованности выпускников вуза на рынке труда. В рейтинге указанная характеристика занимает 2 и 3-ю позиции (на разных специальностях). Качество образовательного процесса определяется, по мнению студентов, также преподавательским составом. «Умение преподавателей довести информацию до аудитории» занимает первую позицию в рейтинге у студентов; «глубокое знание преподаваемой дисциплины» - 4-е. Морально-психологическая атмосфера, сложившаяся в вузе, на факультете, кафедре определяет комфортное самочувствие студентов, уровень их мотивированности на сотрудничество. Характеристика «взаимоотношения преподавателей и студентов» занимает в рейтинге 5-6-е место (на разных факультетах). Несомненно важны для студентов условия обучения: оснащенность современным оборудованием; качество методического обеспечения образовательного процесса; «фонд научной и учебной литературы в библиотеке» - 9-10-я позиция. Недостаток специальной литературы приводит к тому, что преподавателям приходится «надиктовывать» необходимую информацию в ходе лекционных занятий.

Разочарование студентов в выборе учебного заведения и специальности коррелирует с их отношением к содержанию образования. По мнению опрошенных, им приходится изучать много «лишних» дисциплин, содержание некоторых из них повторяется под разными названиями. Интерес студентов к учебе определяется также тем, какие формы и методы преподавания

используются в вузе. Наши респонденты не готовы пока на собственном опыте оценить возможности предоставления им академических свобод: «возможность выбора курса для изучения», «возможность свободного посещения занятий». «Курсы по выбору» присутствуют в учебных планах практически всех специальностей, но фактически таковыми не являются, т.к. выбирают не студенты, а деканаты и кафедры.

Не секрет, что в настоящее время при приеме на работу предпочтение отдается специалистам с опытом, т.к. обучение молодого специалиста требует от предприятия затрат времени и финансов. Конечно работодатели учитывают наличие у молодых специалистов знаний, нестандартного мышления, желание работать. Многие руководители стремятся сформировать у молодых специалистов качества в соответствии со своими корпоративными представлениями, понятно, что проще это сделать с выпускниками вузов. Многие наши студенты совмещают работу и учебу, особенно на старших курсах. Между тем, преподаватели, в большинстве случаев, к работе студентов во время учебы относятся негативно. Увязать вторичную занятость с получением опыта работы по специальности удастся не многим вузам. Так же обстоят дела с практикой и стажировками. Поэтому у выпускников, которые вынуждены начинать свою трудовую деятельность в абсолютно новой для себя сфере «с нуля» возникает много проблем.

Сказанное позволяет констатировать наличие противоречия между востребованностью практических умений и профессионального опыта со стороны рынка труда и излишним теоретизированием в рамках учебного процесса. Формирование партнерских отношений предприятий и вузов в плане целевой подготовки специалистов позволяет частично решить эту проблему. Некоторые предприятия, имеющие потребность в молодых специалистах, в ходе прохождения практики привлекают студентов к работе на неполный рабочий день, осуществляя таким образом их адаптацию к условиям производства.

Вместе с тем, высшие учебные заведения не могут отказаться от фундаментальной общенаучной подготовки и ориентироваться только на требования потребителей услуг. Главная задача вуза – формировать у студента потребность учиться, а для этого конечно заинтересовать, нацелить на карьерный рост и профессиональное развитие.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод о том, что в Российском обществе существуют различные группы потребителей, по-разному оценивающие и использующие результаты деятельности образовательных учреждений, и только немногие вузы способны обеспечить высочайший уровень образовательных услуг. В большинстве случаев вуз концентрирует свои усилия на обеспечении превосходства на одном из видов качества, при этом сохраняет конкурентный паритет на остальных, а чтобы быть привлекательным для потребителей, вуз должен ориентировать свою деятельность на требования рынка труда.

## ПРИМЕЧАНИЯ:

1. См.: Чередниченко Г.А. Молодежь России: Социальные ориентации и жизненные пути (Опыт социологического исследования). Спб.2004

2. Шадриков В., Геворкян Е., Наводнов В., Петропавловский М.О. показателях государственной аккредитации вузов //Высшее образование в России. 2001.№2.С.18-23.

3. Приказ Минобразования РФ от 19 февраля 2003 г. №593 «О внесении изменений в приказ Минобразования России от 26 февраля 2001 г. №631 «О рейтинге высших учебных заведений».

4. Приказ Рособнадзора от 30 сентября 2005 г. №1938 «Об утверждении показателей деятельности и критериев государственной аккредитации высших учебных заведений».

5. См.: Константиновский Д.Л. Размышления о социологии образования. //Социс.2008.№7.

*Воронов А. А.*

## **СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА**

В современных условиях возрастает значимость и эффективность деятельности всех институтов гражданского общества, к которым, несомненно, относятся и коммерческие банки. Особое значение это приобрело в условиях мирового финансово-экономического кризиса, когда одной из доминирующих тенденций развития производства становится тенденция массовой реструктуризации предприятий, которая в полной мере проявилась и в российской экономике. Глобализация лишила отечественных производителей надежды защититься от мировой конкуренции национальными границами. Для того, чтобы выжить в современных условиях, они были вынуждены либо трансформироваться в компании международного класса, либо сворачивать производственные мощности и выводить финансовые активы.

Этим процессам сопутствуют серьезные социальные риски, а именно: в условиях кризиса, сопровождающегося повсеместным снижением объемов производства, сокращением производственных мощностей, закрытием предприятий, задача снижения возникающих социальных рисков приобретает особую актуальность. Решение этой задачи возможно лишь в условиях повышения социальной ответственности. Вот почему сегодня как никогда прежде оказались востребованными как накопленный за предыдущие годы опыт социально-ответственной модернизации, так и лежащий в основе этого опыта концептуально-теоретический аппарат социально ответственного действия.

Остановимся более подробно на характеристике социальных причин и предпосылок формирования концепции социальной, ответственного банка.

Идейно-теоретическим прообразом концепции социальной ответственности бизнеса является впервые осознанная в середине 19 в. задача организованной защиты интересов экономически и политически слабых членов социума с целью сохранения классового согласия и политической стабильности общества. Решение задачи виделось на путях создания концепция социального государства, в которой реализован принцип единства интересов всех членов общества и принцип ответственности экономически сильных членов общества перед экономически слабыми его членами и обществом в целом.

С момента перехода капитализма в монополистическую фазу в последней четверти 19 в. развитие идеи социальной ответственности бизнеса перед обществом разделилось на два разных направления. С одной стороны, она продолжала развиваться в русле концепции социального государства. С другой стороны, идея социальной ответственности бизнеса перед обществом стала развиваться в русле тейлоризма, фордизма и теорий научного менеджмента.

При этом оба указанных подхода послужили источниками не только теоретических, но также социально-политических и социально-экономических предпосылок концепции социально-ответственного бизнеса, в том числе и коммерческих банков.

Концепция социально ответственного бизнеса явилась результатом совпадения, с одной стороны, возросших ожиданий общества по отношению к собственникам, менеджменту, производственным структурам бизнеса, с другой стороны, согласия представителей бизнеса признать справедливость этих ожиданий и соответствовать им в своей экономической деятельности.

Концепция социальной ответственности не является однородной по своему содержанию, ряд ее положений остаются дискуссионными. В их числе: трактовка самого понятия социальной ответственности; экономическая эффективность политики социальной ответственности; объективность и достоверность оценки критерия вовлеченности компании в решение социальных проблем общества; добровольность социальной ответственности учреждений бизнеса;

В результате полемики между представителями крайних позиций сформировались промежуточные позиции, в основе которых лежит основанная на принципе «разумного эгоизма» теория социальных инвестиций, которая отражает сложившееся положение, при котором благодаря институционализации и глобализации социальной ответственности она превращается в безальтернативную политику для большинства компаний.

Классификация программ корпоративной социальной ответственности по группам на удовлетворение интересов которых направлены эти программы, предполагает выделение таких групп стейкхолдеров, как а) акционеры, б) потребители, в) работники, г) поставщики и другие партнеры, д) местные жители, е) общество в целом.

Особого внимания заслуживает такое направление социально ответственной политики компании, как венчурная филантропия, конечная цель

которой, в отличие от социального инвестирования, лежит не в сфере экономической эффективности, а в сфере социального реформирования.

Деятельность государства, направленная на закрепление и расширение социальной ответственности, ставит под сомнение принцип добровольности как одну из определяющих характеристик этой ответственности.

Классическая концепция социальной ответственности представляет собой исторически обусловленный феномен, сформировавшийся при определенном исторически уникальном сочетании социально-экономических, социально-политических и социально-психологических условий. При изменении хотя бы одного из этих условий социальная ответственность бизнеса может приобрести принципиально новые черты.

Можно вести речь о превращении корпоративной социальной ответственности в инструмент глобализации. Благодаря институционализации социальной ответственности теория социальных инвестиций стала основополагающей концепцией развития компаний.

Все эти положения и лежат в основе понимания социальной ответственности коммерческих банков в современных условиях, хотя, естественно, при этом требуется дополнительная расшифровка многих конкретных положений теории социальной ответственности.

*Дыльнов Г.В., Дыльнова З.М.*

## **К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ ЛИЧНОСТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ (РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ)**

В условиях модернизации всех сфер жизнедеятельности современного российского общества особое значение приобретают институты государственной службы, как на федеральном, так и региональном уровнях. Естественно, что ключевым вопросом здесь выступает кадровый потенциал и профессионализм представителей государственной власти и управления. Мобилизовать личностный потенциал и использовать его в целях повышения эффективности управления – одна из важнейших задач российского государства.

В этой связи остановимся на некоторых общих положениях о самом понятии личностного потенциала служащих органов власти и управления в регионе.

При анализе личностного потенциала важно выделить положение о личности как многомерной и многоуровневой системе. Развитие любой системы выражается в качественном изменении структуры этой системы или составляющих ее элементов, находящихся во взаимосвязи друг с другом. Для личности как системы в качестве такой структуры выступает личностный потенциал, позволяющий сохранить имеющееся состояние и осуществить процессы саморазвития индивида. Наличие личностного потенциала является

необходимым и достаточным условием для осуществления нормальной жизнедеятельности в обществе. Потенциал личности обладает двумя принципиальными свойствами: изменчивостью, которая заключается в увеличении или уменьшении его уровня и реализуемостью его в социальном действии.

Методологически важным для раскрытия категории «личностный потенциал» является уточнение понятия «потенциал». Потенциал (от латинского - сила) в литературе рассматривается как источник, возможность, средство, запас, имеющиеся в наличии, то, что может быть приведено в действие, использовано для достижения определенной цели, решения какой-либо задачи; как возможности отдельного лица, общества, государства в определенной области. Потенциал определяется через готовность к осуществлению разных видов деятельности и через возможность достижения прогнозируемых уровней личностного развития. Потенциал личности составляет формирующуюся у человека внутреннюю структуру, в которой интерпретируются его общие способности, как индивида, и специальные, как субъекта деятельности.

Понятие «потенциал» понимается как внутренняя энергетическая субстанция. Потенциал личности, особенности внутреннего мира, психологического склада имеют важное значение для любой профессии. В современном научном знании потенциал личности часто анализируется через оптимальное использование возможностей работников, в том числе и на основе максимального профессионального и личностного саморазвития и самоорганизации. Потенциал работника выявляется и раскрывается во взаимодействии личности и ее потенциального и актуального окружения (физической среды, социума, организации). Это позволяет рассматривать потенциал личности (профессиональный, интеллектуальный, нравственный, социальный) как субъекта трудовой деятельности.

Личностный потенциал является тем фактором, который обслуживает трудовую деятельность специалиста, способствует ее успеху. Формирование профессионально значимого потенциала происходит на базе общего развития и зависит от самого человека. Чем выше уровень развития человека, тем богаче его личностный трудовой потенциал, отсюда - выше качество профессиональной деятельности и наоборот. Слабая сформированность личностных качеств, впоследствии, порождает неудовлетворенность трудом, снижает мотивацию профессионального роста, нередко приводит к смене профессий.

При рассмотрении структуры потенциала профессионального развития личности исключительно важным является соединение личностного и операционного аспектов деятельности. Личность может успешно овладеть профессиональными умениями, проявлять свои различные способности и в то же время отрицательно относиться к своей профессии, отличаться низкой восприимчивостью к изменениям, происходящим в производственной среде. Такая неадекватная мотивация может сказаться на эффективности реализации потенциала профессионального развития личности.

Кроме того, потенциал профессионального развития личности связан не только с потенциальной возможностью решать задачи определенного круга, но и с наличием мотивационной готовности к поиску и решению задач за пределами любого внешнего контроля. Его объективная функция - оказывать воздействие на личность, побуждая ее к совершенствованию профессиональных знаний, умений и навыков, к самоусложнению профессиональной деятельности (мотивационный компонент).

Проблема формирования мотивационного компонента должна рассматриваться как проблема обретения индивидом личностного смысла в профессиональной деятельности. Психологическая природа мотивационного компонента связана с мотивом самоутверждения, повышения самооценки, что является необходимым условием комфортного психологического состояния личности. Профессиональный мотив, соединенный с высоким уровнем креативности, обеспечивает оптимальный результат актуальной профессиональной деятельности.

В структуре личностного потенциала выделяются психофизиологический, творческий, интеллектуальный и духовно-нравственный потенциалы.

Психофизиологический потенциал характеризует личность с точки зрения ее способности к саморегуляции поведения, общей работоспособности, физических сил, внутренней энергии, уровня развития психофизиологических возможностей.

Творческий потенциал выступает в качестве предпосылки для саморазвития человека. Он представляет собой наличную совокупность готовности, возможности и способности личности осуществлять деятельность, цель которой заключается в выражении своей самости. Творческий потенциал складывается, прежде всего, из системы имеющихся у него знаний,

умений и убеждений, на основе которых строится и регулируется его деятельность: развитого чувства нового, открытости ко всему новому; высокой степени развития мышления, его гибкости, нестереотипности и оригинальности, способности быстро менять приемы действий в соответствии с новыми условиями.

Интеллектуальный потенциал обеспечивает более адекватную и более экономную жизнедеятельность индивида в конкретном социальном и физическом окружении, приспособливает ее наилучшим образом к условиям окружающего мира, прежде всего, мира социального. Интеллектуальный потенциал является такой наличной совокупностью готовности, возможности и способностей, которая дает личности возможность осуществлять деятельность с целью обеспечения своего устойчивого, «сбалансированного» существования.

Кроме интеллектуального и творческого потенциала важную роль в саморазвитии личности играет духовно-нравственный потенциал, который является центральным компонентом в личностном потенциале человека. В нем отражаются духовные потребности данной личности в данное время и в данных условиях. Важное значение имеет степень общественной и государственной востребованности в профессиональном развитии специалистов как высоконравственных и культурных личностей.



Государственный служащий принадлежит к особой социально-профессиональной группе, которая определяет его отношение к государственной службе, трудовой деятельности, целям и задачам государственного аппарата, методам работы, взаимоотношениям в коллективе, а также формирует профессиональные знания, навыки, опыт, нравственные качества. Наряду с этим государственный служащий обладает индивидуальным своеобразием социально-психологических свойств.

Важное значение в личностно-профессиональном развитии государственных служащих имеет психофизический потенциал. Значение этого потенциала в жизнедеятельности государственного служащего обусловлено все возрастающими темпами жизни. Анализ профессиональной деятельности государственных служащих свидетельствует, что их труд постоянно сопряжен с действиями экстремальных факторов, создающих проблемные экстремальные ситуации. Этих факторов множество, и они по своей природе отличаются разнообразием. Наиболее распространенными экстремальными факторами, которые могут затруднить профессиональную деятельность государственных служащих, являются хронические психические перегрузки, опасности и частое возникновение непредвиденных чрезвычайных ситуаций, высокая степень ответственности, продолжительные стрессы разрушительного действия. Экстремальные ситуации могут представлять потенциальную опасность для здоровья государственных служащих, и их профессиональная деятельность осуществляется в условиях, вызывающих напряжение адаптационных реакций. При современном темпе жизни на первый план выходит проблема обеспечения устойчивости государственного служащего в стрессовых ситуациях, защита его от информационных перегрузок.

Важнейшим структурным элементом личностного потенциала государственного служащего является интеллектуальный потенциал. Это объясняется тем, что процесс управления вообще, а государственного особенно, находится в структуре мыслительной и практической деятельности людей на самом высоком уровне. Труд государственного служащего является сложнейшей интеллектуальной работой, требующей сплава знаний, таланта и опыта. В управленческом решении общегосударственного значения должен быть представлен синтез исторического и теоретического, конъюнктурного и перспективного, всеобщего, особенного и единичного, интересов власти и гражданина и многое иное.

Значение интеллектуального потенциала в деятельности государственного служащего определяется готовностью его к переменам в духе времени, к тому, чтобы результаты мыслительной работы могли воплощаться в конкретных эффективных решениях и действиях. Сложность подобной работы высвечивает возрастающую значимость синтеза логического и интуитивного в управленческом мышлении, особенно когда дело касается стратегического и иного прогнозирования, а также обновления системы государственного и муниципального управления или их отдельных подсистем.

Владение как логическим, так и интуитивным методом познания реалий государственной и общественной жизни являет собой необходимое условие

реализации творческого потенциала управленческого персонала. Творческий потенциал включает в себе определенные способности личности, но в большей мере направленность, напряженность взаимосвязи этих способностей. Благодаря реализации творческого потенциала, личность государственного служащего всесторонне развивается, так как творческая деятельность требует включенности в процесс таких качеств личности, как ценностные ориентации, психологические свойства, знание, опыт.

Как не велико значение интеллектуальной и творческой составляющей личностного потенциала государственного служащего, оно не заслоняет особенной роли другой составляющей - духовно-нравственной. При всех обстоятельствах и ситуациях именно ей надлежит быть устойчивой опорной конструкцией в создании, укреплении и повышении авторитета государственного служащего. Духовно-нравственные качества государственных служащих - проявление в социальной среде через поступки, действия или бездействия госслужащего тех его ценностных ориентации, которые обусловлены не только этическими, но и общемировоззренческими установками (идеологическими, научными и другими).

В условиях современной действительности вышеназванные качества приобретают особую актуальность, так как доверие населения к институтам власти, прежде всего, зависит от нравственности поступков государственных служащих. Будучи залогом общественного признания законности власти и культурной ценности государства, духовно-нравственный потенциал государственных служащих - не просто атрибут управленческого профессионализма. Именно государственной службе надлежит взять на себя роль противовеса дезинтеграционному потенциалу «законов рынка» с их ориентацией не на общее благо, государственное и общественное, а на максимализацию прибыли отдельных хозяйствующих субъектов.

Можно утверждать, что значение духовно-нравственного фактора в оценке государственных структур, государственных служащих будет в дальнейшем только возрастать, и поэтому именно он будет играть ведущую роль в формировании благоприятного морально-политического климата в российском обществе, в укреплении его стабильности.

*Васильева Е. Н.*

## **АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРОБЛЕМ РЕФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ВУЗАХ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

Отечественная социология прошла длительный противоречивый и, порой, драматический путь своего развития. К сегодняшнему дню она подошла институционально самостоятельной отраслью вузовского образования: имеются особые факультеты, кафедры, отделения и центры социологии во

многих вузах. С 1989 г. по настоящее время число выпускников-социологов составляет около 30 тыс. человек. В стране имеется несколько социологических ассоциаций, работают диссертационные советы по социологии. Наряду с этим, налицо и серьезные проблемы, сдерживающие развитие социологического образования: не всегда удовлетворительное качество подготовки выпускников вуза и преподавателей социологии; порой невысокий уровень учебно-методической литературы; слабая востребованность выпускников-социологов на рынке труда; разобщенность академической и вузовской социологии и ряд других. Эти проблемы резко обостряются в условиях перехода на многоуровневую систему обучения в вузах.

Переход на двухуровневую систему обучения требует глубокого теоретического и методического усвоения. Содержание понятий Болонской декларации (компетенции, зачетные единицы и т. д.). С учетом более энциклопедического подхода при обучении, опирающегося на глубокие фундаментальные знания и расширяющего мировоззренческие и творческие возможности будущего специалиста, что свойственно российской системе высшего профессионального образования, необходимо уточнение и таких понятий как универсальные, общенаучные и профессиональные компетенции.

Хотя подготовка бакалавров (в том числе и социологов) уже ведется в ряде вузов страны на протяжении последних лет, тем не менее значительного опыта в этом отношении пока не накоплено. В условиях массового перехода вузов на двухуровневую систему резко возрастает самостоятельность и ответственность факультетов и кафедр в подготовке программ по бакалавриату, в том числе по социологии. В основе федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования должны быть разработаны учебные программы по направлению подготовки – социология – на уровне бакалавра с учетом профессиональных и вузовских особенностей. Соответственно, это предполагает участие всех преподавателей социологии вуза и их подготовку к преподаванию данных программ.

Еще меньше опыта в подготовке магистров социологии, хотя он и имеется. Специфика здесь заключается в том, что на основе ФГОС ВПО должны разрабатываться, а главное защищаться магистерские программы. Вместе с тем, уже сейчас ясно, что магистратура будет открываться далеко не в каждом вузе, есть целый ряд дополнительных условий для ее открытия.

Кроме необходимой теоретической, методологической и методической подготовки к переходу на двухуровневую систему, вузы встают перед решением ряда кадровых, этических, организационных и прочих задач, связанных с необходимостью сохранения лучших преподавателей, повышения уровня их квалификации, перестройки работ кафедр, совершенствования управления процессом обучения и т. д. Это предполагает аккумуляцию усилий всего преподавательского состава, создание атмосферы творчества, самостоятельности и состязательности в нем.

## **КАЧЕСТВА ЛИЧНОСТИ БАНКОВСКОГО МЕНЕДЖЕРА**

Менеджмент означает способность управляющего добиваться преследуемых целей, планируя, организуя, мотивируя и контролируя деятельность других людей, что предполагает у менеджера наличие совокупности качеств, которые ему в обязательном порядке должны быть присущи. Существует три группы таких качеств: личные, профессиональные, организаторские и деловые.

К личным качествам в первую очередь относят честность и порядочность, предполагающие всегда соблюдение норм общечеловеческой морали, скромность и справедливость по отношению к окружающим. Руководитель должен стараться понимать своих подчиненных, видеть в них личности, достойные уважения, уметь разбираться в их поведении, быть человечным и заботиться о людях, стремиться к сотрудничеству, учитывая при этом интересы всех.

Менеджер должен быть принципиален во всех вопросах, уметь противостоять давлению как <сверху>, так и <снизу>, последовательно и твердо стоять на своем, не скрывать своих взглядов, защищать до конца те ценности, которые они исповедуют и помогать обретать эти ценности другим посредством личного примера, а не морализирования, твердо держать данное слово.

Работа менеджера чрезвычайно тяжела, и поэтому одним из его важнейших личных качеств должно быть хорошее здоровье, которое помогает быть энергичным и жизнестойким, мужественно переносить удары судьбы, успешно справляться со стрессами; Для поддержания хорошего физического здоровья нужны постоянные тренировки, сбалансированные нагрузки, предполагающие смену видов деятельности - ведь отдых не в бездельи, а в переключении на другую работу. Силы и энергию необходимо поэтому рационально распределять между всеми своими делами, чтобы в каждом добиться успеха, но нельзя приучать себя к постоянным стабильным нагрузкам и время от времени разрушать привычные образцы действий, ибо когда потребуется рывок, разомлевший руководитель на него уже не будет способен.

Однако одного физического здоровья менеджеру не достаточно. Он должен быть еще и эмоционально здоровым человеком, иначе просто не выдержит всех сваливающихся на его голову перегрузок.

Поэтому нужно загодя формировать у себя положительные эмоции: сопереживание, делающее человека гуманным; волнение, стимулирующее активность, заинтересованность и любознательность, помогающую продвигаться вперед, освоению новых сфер деятельности; уверенность, добавляющую солидности.

Принятие управленческих решений требует от менеджеров не только квалификации, но и эмоциональной зрелости, которая выражается в умении и готовности идти навстречу острым ситуациям, успешно справляться с ними, не

делать не переживаемой трагедии из поражений, неминуемых на жизненном пути любого менеджера.

Современный менеджер должен активно бороться с собственными недостатками, формировать у себя положительное отношение к жизни и работе, создавать <здоровое> окружение путем выдвижения и обучения людей, раскрытия их способностей и талантов; при этом не нужно опасаться потерять авторитет - в большинстве случаев сотрудники за такое отношение к ним платят, наоборот, признанием и благодарностью.

Другая группа качеств, необходимых любому менеджеру профессиональные. Это - компетентность, т.е. система специальных знаний и практических навыков. Она бывает специальной и управленческой. Это культура - общая, техническая, экономическая, правовая, информационная, психолого-педагогическая. Важен и ряд других моментов. Прежде всего современного руководителя отличает хорошее знание действительности как внутренней, так и внешней, понимание целей фирмы и своего подразделения, умение видеть проблемы, выделять в них наиболее существенные стороны, быть восприимчивым к новизне и изменениям. Это невозможно без обладания умственными способностями выше среднего уровня, умением анализировать ситуацию, создавать и критически оценивать различные планы и программы, принимать решения, брать на себя ответственность за их выполнение, много и упорно работать для этого, быть энергичным и решительным.

Однако руководитель должен быть не только хорошо подготовленной и высоко образованной, но еще и творческой личностью. От него требуется не только верить в свои творческие способности, но и ценить такие способности в других, уметь их мобилизовать и использовать, преодолевая все встречающиеся на пути препятствия. Для этого необходимо быть настойчивым, испытывать потребности в переменах, уметь порывать с традициями, воспринимать новые идеи и новаторские решения, систематически ими пользоваться. Творческий руководитель обычно работает с группами, используя метод мозговой атаки, поощряет свободное выражение эмоций и идей и непрестанно учится, в том числе и на собственных ошибках.

Творчество немислимо без способности находить информацию и делиться ею с подчиненными, прислушиваться к окружающим независимо от того, кто они, держать себя откровенно с коллегами, добиваться обратных связей, не отгораживаться от того, что угрожает устоявшимся взглядам на мир, ставя при этом все под сомнение, понимать позицию других, везде находить людей, представляющих хоть какой-то интерес для фирмы.

Но наиболее важно для менеджера схватывать все на лету, увязывать вновь приобретаемые знания со старыми, обладать умением и способностью учиться как на работе, так и вне ее, повышая компетентность, но избегая при этом однобокой специализации. Учеба обычно начинается с момента вступления в должность и никогда не прекращается.

Очередной группой качеств менеджера, определяющих его, собственно говоря как менеджера, являются организаторские, а также деловые.

Они отражают уровень организаторской культуры менеджера, владение им технологией управленческой работы: подбором, расстановкой и использованием кадров, выработкой норм, нормативов и регламентов; личных планов и планов деятельности подразделений, служб, оперативных планов и планов-графиков проведения мероприятий, доведением заданий до исполнителей, инструктажем, распорядительством, контролем.

К организаторским качествам нужно отнести, прежде всего целеустремленность. Характер современной жизни требует от менеджера ясных и обоснованных целей. Без них он может испытывать недостаток твердости и решимости, упускать хорошие возможности, тратить время на пустяки. Поскольку в мире все меняется, чтобы удержаться на плаву, менеджер должен эти цели корректировать. Но целеустремленность заключается не только в том, чтобы цели устанавливать, а упорно к ним стремиться. Это и отличает менеджера от остальных работников.

Другим организаторским качеством, которое должно быть присуще менеджеру, является деловитость. Она заключается в умении четко и своевременно ставить задачи, принимать обоснованные решения, контролировать их исполнение, быть оперативным и распорядительным в действиях и поступках.

Важным организаторским качеством менеджера является энергичность, то есть способность заражать людей уверенностью, стремлением действовать путем логического внушения, личного примера, собственного оптимизма.

Менеджеру должна быть присуща дисциплина и контроль над собой. Без этого он не сможет ни призвать к порядку других, ни контролировать их деятельность. Поэтому менеджер должен контролировать свои эмоции и настроения, изучать эмоции других, чтобы найти подход к их поведению, а также контролировать дисциплину подчиненных.

Отличительной чертой менеджера должна быть повышенная работоспособность, умение трудиться напряженно, не принося, однако, себя в жертву и не становясь < работоманом > (в передовых компаниях считается дурным тоном для высших руководителей задерживаться в офисе после окончания трудового дня или брать работу на дом).

Силы нужно беречь для главного, не растрачивать их по-пустому, уметь отдыхать, в том числе и во время командировок. Менеджер должен быть коммуникабельным, контактным, т.е. общительным, направленным на внешний мир, проявляющим интерес к окружающим. Он должен уметь располагать к себе людей, слушать и понимать их, убеждать в своей правоте.

С точки зрения контактности можно выделить несколько типов руководителей.

Во-первых, те, кто большую часть времени, примерно 2/3, тратит на своих подчиненных и только 1/3 на осуществление внешних связей.

Во-вторых, те, кто уделяет тому и другому примерно поровну времени.

В-третьих, те, кто осуществляет только вертикальные контакты с начальством и подчиненными, но не желает знаться с коллегами своего уровня.

В-четвертых, те, кто сторонится вообще всех контактов. Первый и второй типы руководителей хороши для оперативного управления, четвертый – для стратегического, Третий тип руководителя не отвечает вообще требованиям, предъявляемым к современным управляющим.

Важная черта менеджера - реализм. Он должен уметь правильно оценить свои возможности и возможности подчиненных, их поступки, не витать в облаках, тогда не так больно будет падать при неудаче.

Хороший менеджер характеризуется здоровым оптимизмом и уверенностью.

Руководить людьми без уверенности в себе невозможно. Уверенные люди знают, чего хотят. Они никогда не прибегают к обходным путям. Их взгляды на проблемы всегда четкие и ясные, и они стремятся к тому, чтобы все об этих взглядах знали, а поэтому высказывают свободно свою точку зрения, добиваясь, чтобы их услышали и поняли, но при этом уважают других людей и их мнения.

Хороший руководитель должен уметь обеспечивать сопричастность сотрудников к работе. Для этого необходимо правильно поощрять людей, превращать любую, даже самую нудную работу в увлекательную игру, отыскивая нестандартные подходы и неизвестные грани в деле решения проблемы, сдабривать свои действия известной долей авантюризма для пущей привлекательности. Он должен считаться с желанием подчиненных добиться определенного положения в этом мире, знать их идеалы и способствовать реализации их в жизнь.

Но самое главное - менеджер должен обладать умением руководить, организовывать и поддерживать работу коллектива, быть готовым к действиям, риску. Он должен уметь определить объем своих служебных полномочий, возможность действовать независимо от руководства, побуждать людей к повиновению, избавляться от баласта, а оставшимся помочь стать самими собой, а не подминать под себя. Для этого менеджер должен обладать терпимостью к слабостям людей, не мешающим работать, и нетерпимостью ко всему, что препятствует успешному решению стоящих перед ним и коллективом задач.

Нужно иметь в виду, что не существует и не будет существовать менеджера, обладающего универсальными способностями и одинаково эффективно действующего в любой ситуации.

*Горина Е. Н.*

## **ИСТОКИ И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ТВОРЧЕСТВА Л. И. МЕЧНИКОВА**

Л. И. Мечников был одним из самых выдающихся людей шестидесятих годов девятнадцатого столетия, которым очень многим обязана общественная жизнь России, ее наука и литература. Таких людей нельзя забывать.

К сожалению, получилось как раз наоборот: имя Мечникова и его труды были надолго забыты, формирование его социологических взглядов и их развитие на протяжении жизненного пути остались неизученными с должной глубиной. Процесс генезиса и эволюции воззрений Мечникова был сложным - он отражал социальные конфликты и бурные события второй половины XIX века. Под влиянием различных факторов молодой ученый, выходец из старинной, но обедневшей дворянской семьи, воспринял идеи русской революционной демократии и прогрессивные естественнонаучные концепции того времени и стал убежденным и последовательным поборником интересов трудящегося большинства – «бесправной и угнетенной части человечества».

Как многие даровитые люди, наделенные разнообразными способностями, Л.И. Мечников не сразу выбрал свой жизненный путь. Некоторое время он обучался в Медико-хирургической академии в Петербурге, посещал Академию художеств, мечтал стать художником. Обладая выдающимися лингвистическими способностями, он изучил ряд европейских и восточных языков. В 1858 г. Мечников экстерном закончил физико-математический факультет Петербургского университета и получил возможность начать ученую карьеру. Но беспокойная натура звала его к путешествиям. С этого времени в жизни Мечникова начинается долгая пора скитаний по странам Востока и Запада. Постоянно нуждаясь, в поисках средств к существованию, он переменил много родов занятий и побывал чуть ли не во всех частях света.

В 1860 г. этот неугомонный человек оказался в Италии, где вступил в революционные войска Гарибальди. Вместе с гарибальдийцами он участвовал в освобождении Неаполя и в других сражениях. В битве при Вальтурно Мечников был тяжело ранен. После выздоровления он развертывает активную пропаганду за освобождение славянских народов из-под австрийского и турецкого владычества и на этой почве сближается с Бакуниным.

В Швейцарии, куда он переехал в 1865 г., Мечников знакомится с деятельностью Интернационала и вступает в Международное Товарищество рабочих, примыкая в нем к бакунинской группировке. Он ведет большую пропагандистскую работу - выступает с лекциями и докладами, пишет статьи на политические темы в газеты и журналы. Важной вехой в творческом пути Мечникова было сотрудничество в герценовском «Колоколе» и в «Современнике» Чернышевского. Немало ярких публицистических статей он опубликовал в журнале «Дело», редактируемом Благосветловым, затем Щелгуновым, а также во многих других русских и европейских журналах.

В начале 70-х годов XIX в. Мечников был приглашен в Японию для организации русской школы. Свои впечатления об этой, тогда еще мало известной европейцам, восточной стране он изложил в интересной книге «Японская Империя» (на французском языке). В этой книге Мечников не только рассказывает о природе, истории, экономике страны, но рисует яркую картину ее социальной жизни. Здесь автором был опробован комплексный метод анализа общественного развития как синтеза географии, этнографии, социологии.



Вернувшись в 1876 г в Швейцарию, Мечников почти целиком ушел в науку. Он принял участие в составлении фундаментального труда «Земля и люди», предпринятом известным французским ученым Элизе Реклю. Участие Мечникова было тем более важным, что к этому времени он сложился как разносторонне образованный ученый, владевший к тому же десятью европейскими и несколькими восточными языками.

Начиная с 1883 г. до последних дней жизни Мечников занимал кафедру сравнительной статистики и географии в Невшательской Академии наук, в Швейцарии, и одновременно работал над собственным научным трудом «Цивилизация и великие исторические реки», в котором изложил свою социологическую концепцию. Именно благодаря этой книге, завершить которую автору помешала преждевременная смерть, имя Мечникова стало широко известным ученому миру.

Громадные умственные данные, блестящая феноменальная память, необыкновенное трудолюбие и замечательная способность усвоения фактического материала, писал о Мечникове его биограф М. Гродецкий, давали ему возможность исполнять единолично такую гигантскую работу, какой хватило бы на несколько обыкновенных работников, трудящихся исподволь и помаленьку. Перу ученого принадлежит более четырехсот работ по проблемам географии, социологии, истории, этнографии, психологии и т.п. И это лишь по приблизительным подсчетам, поскольку точной библиографии его трудов до сих пор не существует. В своей научной работе Мечников стремился к сочетанию «объективного» (позитивистского) социологического метода с «антропологическим», т.е. гуманистическим подходом, предполагавшим ориентацию на общечеловеческие ценности, солидарность сознательных, честных людей в борьбе за справедливое и разумное устройство общественной жизни.

Во многих работах по истории социологической мысли Мечникова безоговорочно относят к так называемой «географической школе» в социологии. На самом деле его творчество не укладывается полностью в рамки этого направления, он никогда не абсолютизировал значение географического фактора в развитии общества.

Идея признания закономерного характера развития человеческой истории была, безусловно, важной и позитивной, она являлась предпосылкой всех социологических изысканий Мечникова. Но путь к открытию этих закономерностей оказался не так прост. Как естествоиспытатель, он понимал, что в социологии должен применяться такой же строгий и лишенный субъективизма метод исследования, как в естествознании. Как социолог он ставил перед собой задачу создания теории прогресса, которая явилась бы «ариадниной нитью» в запутанном лабиринте исторических фактов.

По какому признаку можно констатировать прогресс в истории? В чем состоит прогресс? Несомненным доказательством прогресса в истории является, по Мечникову, «непрерывная эволюция социальной связи между людьми и факт нарастания общечеловеческой солидарности». Только эти факты, по его мнению, и заслуживают быть признанными в качестве критерия и

признака общественного прогресса. Сначала в обществе связи устанавливаются принудительно или «чисто механически», затем они становятся более тесными и «органичными» и, в конце концов, неизбежно выливаются в форму «свободного союза».

Под влиянием каких внешних или внутренних причин происходило развитие и усложнение этих общественных связей? Для ответа на этот вопрос Мечников и обращается к выяснению роли географического фактора в процессе социальной эволюции. Изучение этого фактора не было новостью в социологии. Как известно, такой взгляд зародился еще в глубокой древности, а в новое время в той или иной форме его разделяли Монтескье, Бокль, Риттер, Ратцель, Реклю и многие другие. Одобрив общее направление географической социологии, Мечников, однако, подчеркивал, что он не является сторонником «географического фатализма», провозглашающего наперекор фактам, что данная совокупность физико-географических условий играет и должна всюду играть одну и ту же неизменную роль. Речь идет о том, чтобы установить историческую ценность этих условий и изменчивость этой ценности в течение веков и на разных ступенях цивилизации.

Мечников был вполне солидарен с мнением своего друга и соратника, французского ученого-географа Элизе Реклю о том, что географическая среда не оказывает своего влияния в одинаковой степени всегда и постоянно. Ее влияние не происходит с фатальной необходимостью. Причины возникновения объединений людей и их последующей эволюции, считал Мечников, нужно искать не в самой среде, а в соотношениях между средой и способностью населяющих эту среду людей к кооперации и солидарности. Таким образом, он не останавливался только на провозглашении того, что природная среда влияет на общество, но идет гораздо дальше. Он пытается, - и это, пожалуй, самое важное в его теории, - раскрыть механизм взаимодействия между обществом и природой.

Оригинальность концепции Л.И. Мечникова заключается в том, что он впервые обратил должное внимание на роль гидросферы (водной среды) в процессах социогенеза. Не следует видеть основную причину зарождения первичной цивилизации в климатических условиях (по Монтескье), нельзя ее усматривать и в плодородии почвы, как думал Бокль, относительно деспотий Древнего Востока. Конечно, соглашался Мечников, плодородие почвы имело огромное значение, но не оно было решающим фактором формирования древних цивилизаций, возникших в долинах великих исторических рек.

Л. И. Мечников писал, что основной причиной зарождения и развития цивилизации являются реки. Река во всякой стране является как бы выражением живого синтеза, всей совокупности физико-географических условий: и климата, и почвы, и рельефа земной поверхности, и геологического строения данной области. Ученый всесторонне обосновывает свою точку зрения по этому вопросу, оставляя тем самым заметный след в развитии географического направления в отечественной социологии.

## **К ВОПРОСУ ОБ ОСНОВАХ НАУЧНЫХ ВОЗЗРЕНИЯХ А. А. БОГДАНОВА**

Современное общество отличается от предшествующих этапов его развития многократным усложнением его структуры и внутренних связей, а также интенсификацией процессов его изменения, обновления. Все теснее переплетаются и взаимодействуют между собой процессы экономической, политической, социальной, духовной жизни общества и индивидуума. Практика общественных преобразований ставит все больше новых вопросов, ответы на которые могут быть даны лишь на основе разработки новых научных концепций и парадигм, прежде всего в сфере социологического знания.

Но путь к новым теориям и парадигмам сложен и извилист. Их поиск требует высокой методологической культуры, способности к синтезирующему, системному мышлению. Важнейшей предпосылкой этого является осмысление и критическая переработка богатейшего теоретического наследия, накопленного отечественной социологией. В летописи российской общественно-политической мысли значатся выдающиеся достижения, имена, которые могут быть предметом национальной гордости. В плеяде замечательных мыслителей особое место занимает А.А. Богданов (Малиновский, 1873-1928), личность которого в нашей истории оставила неизгладимый след. Он внес вклад в развитие политической экономии, философии, социологии, естествознания, отечественной медицины, а также научной фантастики.

Биография Богданова связана с «крутыми поворотами» российской истории на протяжении трех драматических десятилетий. Включившись в рабочее движение в 90-е гг. XIX в., он с 1904 г. становится одним из руководителей большевистского крыла РСДРП, вторым после Ленина человеком в партии («вице-лидером», как его тогда называли). Но в 1909 г. в результате политических и мировоззренческих разногласий Богданов навсегда порвал с большевизмом. Во время первой мировой войны был военным врачом. После Октябрьской революции Богданов - член Коммунистической академии, читает лекции по экономике в Московском университете. В 1918 г. выступает одним из организаторов и идеологов Пролеткульта. С 1921 г. отходит от политической деятельности и сосредоточивается на занятиях медициной. В 1926 г. он создает первый в мире Институт переливания крови и становится его директором. Умер Богданов в результате эксперимента по переливанию крови, поставленного на самом себе.

Чем богаче, своеобразней и самобытней человек, тем труднее, а чаще всего просто невозможно, измерить его однозначно, втиснуть в привычные схематично-примитивные рамки. Таков и А.А. Богданов. Его интеллектуальная биография отличалась сложностью и многоступенчатостью. Она включала в себя различные и даже прямо противоположные тенденции, а

энциклопедический характер его образованности позволял ему свободно двигаться во всех их изгибах и поворотах.

Но его творческой эволюции были присущи также и внутренняя целостность, единство движущих мотивов, общность главных отправных принципов. Важнейший из них - это приоритет нравственности над любыми политическими, идеологическими, конъюнктурными интересами и целями. Нравственный принцип, по Богданову, воплощен в товарищеских, коллективистских отношениях между людьми, в разумном устройстве общества.

Социальные идеи Богданова разнообразны и интересны. Особое значение в современных условиях имеют основные положения разработанной им тектологии - «всеобщей организационной науки», способствующей выявлению важнейших закономерностей становления и функционирования социальных систем. Изучение и использование этих идей может серьезно способствовать нормальному развитию осуществляемых в российском обществе экономических и социальных преобразований, его дальнейшей модернизации.

Творческие поиски Богданова, поставленные им вопросы и предлагаемые ответы, даже промахи, различимые с позиций современного уровня наших знаний, - это не только материал истории социологической мысли. Это и средство более глубокого осознания наших сегодняшних проблем и принимаемых решений, путей и способов совершенствования общественных отношений на основе справедливости и гуманности.

Формирование мировоззрения А. А. Богданова приходится на последние десятилетия XIX - начало XX вв. Это была богата событиями, противоречивая, переломная эпоха. Главные черты ее - невиданное прежде развитие научно-технического знания и подъем общественно-политического движения. Эти два фактора и определили становление философских, политических и социологических взглядов Богданова - ученого и революционера.

Богданов принадлежал к поколению, воспринявшему от разночинцев-шестидесятников убежденность в огромных, почти неограниченных возможностях научного знания как двигателя общественного прогресса. Рационалистический склад ума и волевой характер определяли его оптимизм в отношении невиданного прежде взлета мирового научного движения, определяемого Богдановым как «научно-техническая революция» (возможно, он впервые употребил этот термин, который впоследствии получил широкое распространение как характеристика бурных процессов развития науки и техники во 2-й половине XIX в.).

Другим фактором, определившим формирование его взглядов еще в молодые годы, был марксизм. Но отношение Богданова к учению Маркса было продиктовано в первую очередь позицией исследователя. Для него марксизм был не столько жесткой, политической, замкнутой доктриной, сколько открытой научной системой, которая должна активно взаимодействовать с теоретическими положениями немарксистских течений.

Именно на этой почве возникли философские разногласия с идеологами «ортодоксального» марксизма, прежде всего с Плехановым и Лениным. Богданов считал, что марксизм должен развиваться в тесной связи с социальной практикой, усваивая результаты научных поисков и трансформируясь в соответствии с потребностями времени. Наука и социализм - вот два «берега», между которыми, по словам самого Богданова, протекала его идейная эволюция. Путь этой эволюции все больше отдалял его от «ортодоксального» марксизма и приближал к научному позитивизму.

В области философии он был сторонником свободы мысли и отвергал «монополию» на абсолютную истину, на которую претендовали «ортодоксальные» марксисты. Результатом эволюции гносеологических и социально-философских взглядов Богданова стало создание «эмпириомонизма» - своеобразной системы, исходным элементом которой выступают не «абстрактные» и «отвлеченные от практики» категории материи или духа, а понятие «социально-организованного опыта». Эту систему иногда трактуют как разновидность стихийного материализма или, напротив, объективного идеализма, но правильнее рассматривать ее (вслед за большинством современных исследователей) как специфическую версию позитивизма (близкую к той интерпретации, которую давали многие естествоиспытатели XIX в., прежде всего - Мах и Авенариус).

Еще в молодости Богданов глубоко и искренне воспринял идею социализма. Он представлял будущее общество как коллективистский строй, основанный на научно-организованном труде и сознательно-товарищеских отношениях между свободными людьми. Взаимопонимание, доверие и взаимопомощь, товарищеская солидарность и альтруизм - вот ключевые понятия, характеризующие этот идеал. Своему идеалу Богданов оставался верен до конца жизни, но представления о путях его реализации менялись на разных этапах его жизненного и творческого пути.

В результате долгих и мучительных раздумий, отказываясь от многих догм, воспринятых в юности, он в конечном счете пришел к отрицанию насильственных методов преобразования общества. Это привело его к разрыву с большевизмом. Богданов решительно отвергал «социализм», опирающийся на слепую веру и фанатический энтузиазм, осуждал диктатуру, которая «держится на штыках». Поэтому он стремился дать социологическое обоснование эволюционного пути общественных изменений, выдвигая на первый план демократические реформы, воспитание и просвещение трудящихся и в первую очередь - формирование новой организационной культуры.

Именно в воплощении в жизнь разумных и эффективных организационных принципов Богданов видел ключевой момент в процессе переустройства общества на новых гуманистических основах.

## **АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРОБЛЕМ ИЗУЧЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ И ПРАВОВЫХ ПРОЦЕССОВ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ XIX СТОЛЕТИЯ**

Современная Россия находится на этапе коренных преобразований во всех областях общественной жизни. Идет становление новой экономической структуры, коренным образом реформируется политическая система, трансформируются общественные отношения, новые парадигмы характеризуют духовную жизнь. Другими словами, общество переживает модернизационный период, требующий глубокого и всестороннего социологического осмысления.

Успех преобразований во многом зависит от качественного обновления политико-правовых институтов. А это предполагает теоретическое обоснование сложных процессов демократизации общественных отношений, построения правового государства и формирования гражданского общества. В этих целях необходимо использовать весь имеющийся «арсенал» отечественной социологии. Далеко не случайно в условиях общественных преобразований активизируется интерес к идейному наследию дореволюционной российской науки, и это объясняется не только чисто познавательными, теоретическими аргументами.

Именно в кризисные моменты в обществе возникает повышенный спрос на социологические знания, особенно на те концепции, которые способствуют пониманию сущности и направленности политико-правовой динамики социальной системы. В этом отношении русскими социологами второй половины XIX - начала XX вв. сделано немало. Следует отметить, что диапазон политических пристрастий этих социологов довольно широк - от крайнего консерватизма до анархизма и левого радикализма. Среди них мы видим и видных политических деятелей (Бакунин, Милюков), выдающихся историков (Кавелин, Ключевский, Соловьев), известных правоведов (Чичерин, Новгородцев, Кистяковский).

Можно сказать, что все они активно выступали на общественном и публицистическом поприще. Представляет интерес сопоставление их концепций, поскольку эти социологи использовали различные методологические подходы: Чичерин был последователем гегелевской философии, Ковалевский и Милюков - приверженцами позитивизма, Новгородцев, Кистяковский, Хвостов выступали сторонниками неокантианства. Этим социологов многое разделяло, но многое и сближало.

Не следует воспринимать их социологическое наследие лишь как пеструю «мозаику» разнородных идей и взглядов - их концептуальным положениям присуща некоторая внутренняя связь, они складываются в целостную теоретическую картину становления новой - свободной и демократической России. Ее будущее они видели по-разному: Бакунин представлял его как союз свободных крестьянских общин; идеалом Чичерина,

Ковалевского, Новгородцева было правовое государство. Но всем им было присуще стремление к обновлению и демократизации России.

Все это определяет актуальность творческих исканий социологов, работавших в XIX - начале XX веках. Они глубоко осознавали значение практической функции социологической науки, призванной быть существенным подспорьем в деле совершенствования политико-правовых отношений. Не следует забывать, что именно благодаря трудам отечественных ученых на рубеже XIX-XX вв. сформировалась русская школа социологии права, получившая признание не только в нашей стране, но и на Западе.

Поэтому в наши дни важно обеспечить преемственность в развитии социологических идей. Можно с полной уверенностью утверждать, что в нашем обществе сформировался «социальный заказ» на формирование целостной и действенной концепции, способной стать теоретическим базисом реформирования политико-правовых отношений, становления правового государства и формирования гражданского общества. Эти задачи, на наш взгляд, невозможно решить без обращения к опыту предшествующих поколений российских ученых. Освоение и умелое, эффективное использование достижений отечественной науки и культуры должно стать основой того творческого синтеза, в котором нуждается современная социология. Непреходяща теоретическая ценность и актуальность политико-правовых концепций, разработанных русскими социологами второй половины XIX - начала XX вв.

Генезис политико-правовых воззрений выдающихся русских социологов второй половины XIX - начала XX в. происходил в сложных, драматических условиях противоречивого развития пореформенной России. На процесс формирования системы этих воззрений самым существенным образом влияли социальные конфликты, борьба консервативных и либеральных, реакционных и революционных, анархистских и этатистских тенденций в общественной жизни страны.

Наряду с консервативно-охранительными и леворадикальными течениями в пореформенный период значительную историческую роль играло либеральное направление (так называемая «государственная (юридическая) школа» в русской социологии и историографии). На основе исторического и социологического анализа видными деятелями этого направления был разработан альтернативный вариант политико-правовых реформ, в силу ряда объективных и субъективных причин не реализованный в дореволюционной России.

Существенную роль в осмыслении особенностей политико-правового развития российского общества сыграли творческие поиски М.М. Ковалевского, заслугой которого является прежде всего разработка концептуальных основ «теории факторов» и плюралистического подхода к изучению процессов социальной эволюции. Творческие возможности плюралистической методологии наглядно и убедительно продемонстрировал П.Н. Милуков в своих трудах по исследованию социокультурной и политической динамики русского общества.

Своеобразная интерпретация движущих сил и закономерностей политических и правовых процессов в пореформенной России содержится в трудах представителей русской школы социологии права. Особое значение имеет их научный вклад в разработку теоретических основ формирования конституционного строя и подлинного правопорядка в конкретных условиях российского общества.

Комплекс политико-правовых учений, созданных видными представителями отечественной науки прошлых столетий, не утратил своей актуальности и в наши дни, поскольку их методологические установки помогают разобраться в сложных процессах детерминации и эволюции социальных процессов. Обращение к социологическому наследию имеет не только сугубо теоретическое значение - оно необходимо и в целях научного обоснования стратегии общественных преобразований, эффективной социальной политики, создания правового государства, последовательного обеспечения и реальной защиты законных прав и свобод российских граждан.

*Новоселов В.О.*

## **ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ**

Воспитание нового, всесторонне развитого человека - одно из необходимых и решающих условий успешного развития современного общества. Развитие науки и передовой практики физического воспитания значительно расширило представление о роли двигательной деятельности, в частности физических упражнений, в развитии и укреплении биологических и психических процессов, происходящих в организме человека. Никто не может сравниться с преобразующей силой физической культуры и спорта. Эта сила делает неуклюжего ловким, медлительного - быстрым, слабого - сильным, всегда жалующегося на усталость - выносливым, болезненного - здоровым. Хорошая физическая подготовка позволяет быстрее осваивать новые сложные производственные профессии; она же стала одним из решающих факторов подготовки летчиков, космонавтов, военных.

Физическая культура и спорт способствуют развитию интеллектуальных процессов - внимания, точности восприятия, запоминания, воспроизведения, воображения, мышления, улучшают умственную работоспособность. Здоровые, закаленные, хорошо физически развитые юноши и девушки, как правило, успешно воспринимают учебный материал, меньше устают на уроках в школе, не пропускают занятий из-за простудных заболеваний.

Физическая культура - это и важнейшее средство формирования человека как личности. Основная форма использования физической культуры и личностью, и обществом в сферах семейного, дошкольного, общего, профессионального, высшего самостоятельного и специального образования,



культурного досуга и в других. Осуществляется в соответствии с присущими педагогическому процессу и специфическими закономерностями принципами и требованиями.

Физическое воспитание формирует систему ценностных ориентации личности на здоровый образ жизни, обеспечивает мотивационную, функциональную и двигательную готовности к нему. Оно осуществляется в соответствии с общими и специфическими для него закономерностями, принципами и правилами педагогического процесса. Влияет на интеллектуальные, психические, морально-волевые и другие качества личности.

Социально значимыми результатами физического воспитания являются физическая подготовленность и физическое развитие занимающихся, знания, двигательные и методические умения, навыки и привычки, необходимые для физического самовоспитания, формирования здорового образа жизни, культурной организации свободного времени. К ним относятся также физическое и духовное оздоровление, повышение сопротивляемости организма заболеваниям, физическая реабилитация и релаксация.

Физическое воспитание позволяет разносторонне воздействовать на личность. Вместе с тем, многие социально значимые результаты физического воспитания достигаются в настоящее время лишь частично. Все это свидетельствует о проблеме физической подготовки учащихся.

Физическая подготовленность только один из социально значимых результатов физического воспитания. Он быстро утрачивается после завершения учебы, если не поддерживается самостоятельно. В то же время с возрастом мотивация занятий физическими упражнениями снижается. Поэтому одной из основных задач обязательного физического воспитания является формирование устойчивых мотивов физического самосовершенствования. Они должны подкрепляться обязательным для всех общим физкультурным образованием.

В настоящее время образовательные задачи физического воспитания, связанные с обучением знаниям, методическим умениям и навыкам, решаются, как правило, недостаточно эффективно. Это является следствием исторически сложившегося узкоутилитарного «нормативного» подхода к физическому воспитанию, как средству физической подготовки молодежи. При таком подходе норматив, отражающий уровень физической подготовленности, является основным критерием эффективности физического воспитания. Необходимость физкультурного образования, как правило, признается, но учащиеся не получают его в достаточном объеме.

Воспитание ребенка в семье является важным фактором его физического, психического, интеллектуального развития и укрепления здоровья. Эффективность физического воспитания детей в семье зависит от подготовленности к нему родителей, вчерашних учащихся и студентов. В то же время в подавляющем большинстве семей родители не готовы к полноценному физическому воспитанию детей. Это свидетельствует о проблеме подготовки учащихся старших классов и к физическому воспитанию в семье. Причина этой

проблемы заключается в несоответствии полученного физкультурного образования тем требованиям, которые предъявляет жизнь к учащимся после окончания обучения. Следствием этой проблемы являются отклонения в физическом, психическом, интеллектуальном развитии, состоянии здоровья детей, дающие тяжелые рецидивы в последующей их жизни. Одной из главных проблем, которую призвано решать физическое воспитание, является проблема укрепления здоровья школьников. В настоящее время она решается недостаточно эффективно. С возрастом число здоровых учащихся уменьшается. Это отражает общую тенденцию снижения уровня здоровья населения, зависящую от комплекса факторов.

На здоровье более полумиллиона учащихся, проживающих в неблагоприятных экологических условиях и особенно на территориях, загрязненных радионуклидами, все в большей мере сказываются разрушительные генетические последствия этих условий. Они приводят к росту числа учащихся и студентов с серьезными отклонениями в состоянии здоровья. Проблема дифференцированного учебно-методического комплекса физического воспитания, разработанного с учетом влияния неблагоприятных экологических условий жизни является одной из проблем, требующих решения.

Физическое воспитание является сильнодействующим фактором воздействия на организм. Состав учащихся неоднороден по уровню здоровья, физического развития и физической подготовленности. Одни и те же педагогические средства оказывают различное воздействие на разных людей. Работа с лицами, имеющими отклонения в состоянии здоровья, должна проводиться строго индивидуально. Поэтому одной из важнейших является проблема индивидуализации физического воспитания. Выполняя общие задачи всестороннего развития личности, физическое воспитание имеет и свое особое назначение. Его задачи сложны и многообразны:

Укрепление здоровья и закаливания организма школьников, содействие из правильному физическому развитию и повышению работоспособности. Сохранение здоровья белорусской нации является государственной задачей. Успешному решению задачи способствует систематический врачебно-педагогический контроль за состоянием здоровья, за динамикой физического развития, а также учет возрастных, индивидуальных и половых особенностей учащихся.

Формирование и совершенствование двигательных навыков и умений и сообщение связанных с этим знаний. Двигательные навыки и умения играют значительную роль в жизни человека. Они лежат в основе многих видов практической деятельности. Формирование этих навыков - основное назначение физического воспитания в школе.

Развитие основных двигательных качеств. Осуществление человеком многих практических действий связано с проявлением физических способностей. К качествам двигательным относятся такие, как сила, быстрота, выносливость, гибкость и ловкость.

Формирование привычки и устойчивого интереса к систематическим занятиям физическими упражнениями. Значение этой задачи определяется

тем, что положительное воздействие физических упражнений достигается только тогда, когда они выполняются регулярно. Важно добиться интереса учеников к регулярным занятиям, посредством внешкольной и внеклассной работы, однако чтобы этот интерес приобрел активные формы, вызвал потребность в самостоятельных, каждодневных занятиях.

Воспитание гигиенических навыков, сообщение знаний в области физических упражнений и закаливания.

Формирование организаторских навыков, подготовка общественного физкультурного актива, т.е. включение в активную физкультурную и спортивную деятельность. Необходимо привлекать учащихся к общественной работе по физической культуре: к организации соревнований, игр, походов.

*Ревзина С. Л.*

## **О ТИПАХ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

Финансовое поведение как разновидность социального поведения людей имеет весьма сложную структуру, в которой имеются различные типы, виды и формы финансового поведения населения.

По мнению некоторых исследователей, можно выделить три типа финансового поведения населения: активное, рутинно-эволюционное и показное.[1] Активное финансовое поведение характеризуется стремлением осваивать образцы нового финансового поведения; наличием высокого уровня информационного интереса к происходящему на финансовом рынке; повышенной готовностью к риску. Оно выступает своеобразным катализатором возникновения новых социальных норм финансового поведения. В центре мотиваций активного финансового поведения лежит опора, прежде всего, на свои собственные силы, а не на государство и не на вновь возникающие финансовые институты; высокая оценка своих собственных возможностей сберечь и приумножить свои средства<sup>4</sup> готовность к участию в финансовых операциях, приносящих выгоду, но находящихся на грани законности, а порой приходящих в противоречие с широко распространенными социальными нормами; в способности к быстрому принятию решений и перемещению капитала.

Второй тип финансового поведения – рутинно-эволюционное – отличается стремлением использовать образцы финансового поведения, которые присущи зрелой стадии рынка; низким уровнем информированности по проблемам финансовой системы и отсутствием желания получать информацию; нежеланием рисковать, стремлением к стабильности; следованием привычным нормам финансового поведения, слабой рефлексией участников своих действий на рынке; высоким уровнем эмоциональности оценок финансовой ситуации; низкой самооценкой личных способностей к

принятию квалифицированных финансовых решений, желанием переложить финансовое решение и ответственность, в первую очередь, на государство; настороженным отношением к вновь возникающим финансовым структурам и товарам.

Третий тип финансового поведения – показное финансовое потребление – это повышенный уровень социального оптимизма; пониженная рациональность оценок как текущего, так и будущего материального положения своих семей; высокий уровень эмоциональности наряду с прагматизмом; формирование представлений о финансовом поведении на основе идеальной модели, чем рациональных расчетов выгоды.

В свою очередь, в данных типах финансового поведения можно выделить следующие его виды: сбережение, страхование, кредитное и инвестированное поведение.

Каждый вид финансового поведения населения проявляется через присущие ему формы. Так, формами сберегательного поведения являются такие формы как откладывание денег «про запас», накопление к крупным покупкам, приобретение драгоценностей и т. д.

Ведя речь о страховании выделяют такие его формы как медицинское, пенсионное, авто- и прочие формы. В кредитном виде финансового поведения называют получение дополнительных денежных средств с целью потребления, страхования, инвестирования, возврата ранее взятых долгов и т. д.

И, наконец, в таком виде финансового поведения как инвестирование можно назвать такие его формы как вложение средств в ценные бумаги, собственное дело и прочее.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Ивашиненко Н. Н. Механизм взаимодействия на финансовом рынке России: население и финансовые структуры // Экономическая социология. Т. 2. №5. 2001. С.2-8.

*Дыльнова Т. В.*

## **ФАКТОРЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ**

Личностный потенциал государственных служащих, имеющий огромное значение в деле реализации государственной политики, может полностью реализоваться лишь в определенных условиях, при наличии благоприятных обстоятельств. Об этом пойдет речь ниже.

В настоящее время в обществе происходит осознание того факта, что идеальная модель государственной службы не может быть достигнута на

основании только политического решения, что необходимо совершенствовать всю систему общественных отношений, в структуре которой отношения власти занимают значительное место, но являются, по сути, прямым отражением состояния общества. Государственный служащий - это не только представитель власти, но и член общества, носитель его типических характеристик. Важно понять, что главная функция государственной службы - государственное управление - реализуется в процессе взаимодействия субъекта и объекта управления, и от того, насколько развит личностный потенциал и гражданские качества каждой взаимодействующей стороны, зависит конечный итог - стабильность и предсказуемость общественного развития.

Можно выделить следующие факторы реализации личностного потенциала государственных служащих в регионе, действующими на макро-, мезо- и микроуровнях: на макроуровне - типом государственного устройства, от которого в значительной степени зависит возможность реализации личностного потенциала государственных служащих; на мезоуровне - системой правового и общественного воздействия на развитие личностного потенциала государственных служащих; на микроуровне - спецификой существующей организационной культуры, в которой формируется общее культурное пространство, включающее ценности, нормы и поведенческие модели, разделяемые работниками.

Тип государственного устройства определяет всю систему государственного управления в обществе, делая политико-административные источники формирования и развития личностного потенциала государственных служащих ключевыми, где конституционные нормы представляют «ценности режима» и показывают, какими стандартами необходимо руководствоваться представителям властных структур.

Наиболее эффективным типом государственного устройства, позволяющим раскрыть в полной мере личностный потенциал государственного служащего, является демократический тип. В середине 30-х годов прошлого столетия в нашей стране деятельность государственных служащих управлялась высокоэффективными средствами мотивации, общество отличалось высоким уровнем интеграции, но достигнуто это было за счет репрессий индивидуальных целей личности. Невозможность интегрировать социальную энергию «низов» с целями общества в конечном итоге привела к деформации власти и ее неэффективности.

Поведение чиновников, как и представителей других профессий, регламентируется сложной иерархической и многомерной системой социальных норм, в числе которых можно выделить нормы политические, культурные, этнические, правовые, эстетические, нравственные (моральные) и другие.

Одной из наиболее разработанных является категория правовых норм. Они вырабатываются, формируются, утверждаются специальными государственными органами, устанавливаются законодательством, поддерживаются государством. За их соблюдением следят специальные институты, их санкционирование и подкрепление обеспечивается

государственной властью. Правовые нормы всегда вербализированы, отражены в словесных конструкциях, выверены законами логики. Они включены в своды законов, кодексы, уставы, отражены в нормативных актах. Система правовых норм - самое формализованное, четкое, действенное средство социального контроля.

Особую категорию в системе социальных норм составляют нормы нравственные, для которых характерны эталонность, абсолютность, историчность, конвенциональность, ситуативность. Для государственных служащих нравственные нормы являются универсальными.

Осуществляя управленческие функции, государственные служащие, с одной стороны, строят свою деятельность на основе соответствующих социальных норм, с другой - обеспечивают их реализацию в процессе регуляции жизнедеятельности в экономических и других сферах путем создания необходимых условий.

Служение общественному долгу, честность, принципиальность, ответственность за свои действия и слова - эти и другие духовно-нравственные качества имеют принципиальное значение для государственных служащих, являются основой формирования эффективной государственной службы.

Духовно-нравственный потенциал государственных служащих раскрывается в их нравственной культуре, сопутствует их включенности в исполнительно-распорядительную экономическую деятельность по организации движения ресурсных потоков (материальных и людских) в условиях рыночной экономики. Понятно, что это не может не влиять на высоту нравственного авторитета власти. Этика рационального и экономного управления непременно включает в себя творческий поиск новых источников, резервов и дополнительных средств для подъема экономики, народного благосостояния и культуры. Вместе с тем она предусматривает и мобилизацию гражданской активности посредством нравственного обогащения отношений «власть - подчинение» такими методами, формами, которые своим источником имеют объективированные начала свободы личности других субъектов. Тем самым формируется социокультурный механизм диалога государства и общества, обеспечивающий конструктивное преодоление расхождений и конфликтов, а главное, - принятие качественно новых решений в ответ на возрастающее многообразие и усложнение проблем государственного и муниципального управления.

Важным фактором в механизме реализации личностного потенциала государственных служащих является общественное воздействие. Последнее реализуется, прежде всего, напрямую через институты гражданского общества и влияет на поведение государственных служащих независимо от того, отражено оно в законодательстве или нет. При общественном воздействии государственным служащим исполняются требования в силу своих убеждений и привычек. Внутренним гарантом в данном случае выступает совесть человека, а внешним - общественное мнение. Пойти против традиций, общественного мнения, общепринятых норм гораздо труднее, чем нарушить закон, инструкцию.

На микроуровне реализация личностного потенциала государственных служащих в значительной степени определяется существующей организационной культурой. Организационная культура представляет собой приобретенные смысловые системы, передаваемые посредством естественного языка и других символических средств, которые выполняют репрезентативные, директивные и аффективные функции и способны создавать культуральное пространство и особое ощущение реальности. Приобретая индивидуальный и личный опыт, сотрудники организации формируют, сохраняют и изменяют свои смысловые системы, в которых отражены их отношения к различным явлениям, например, к планированию, стимулированию, производительности, качеству труда. Такие системы координат не очевидны и редко полностью совпадают с декларируемыми целями, однако очень часто они детерминируют поведение в большей мере, чем формальные требования и правила.

В современной российской государственной службе отсутствуют многие положительные черты, свойственные рациональной бюрократии западного типа, но не характерные для бюрократии сословной, веками господствовавшей в нашей стране: отсутствуют правила карьеры государственного служащего; он в значительной мере зависим от должностных лиц; профессионализм и компетентность не стали главным критерием приема на государственную службу и ее прохождения и т. д.

*Серка О.В*

## **ОСОБЕННОСТИ РАСТОРЖЕНИЯ КРЕДИТНОГО ДОГОВОРА ПО ТРЕБОВАНИЮ ОДНОЙ ИЗ СТОРОН**

Основным для договорного права является принцип неизменности договора, в котором проявляется известное со времен римского права требование: «договоры должны исполняться». Договор закономерно приходит к своему финалу – различаются лишь основания и порядок его прекращения.

Статьей 450 Гражданского кодекса Российской Федерации (далее – ГК РФ) предусмотрено расторжение договора по требованию одной из сторон.

По мнению Кузнецова Д.В. требование о расторжении договора является реализацией субъективного права, что в теории юридических фактов принято относить к юридическим поступкам, а в законодательстве – к самостоятельному основанию возникновения гражданских прав и обязанностей[1].

Основаниям для применения данного способа расторжения договора является существенное нарушение условий договора другой стороной, то есть нарушение, которое влечет такой ущерб, что сторона в значительной степени лишается того, на что была вправе рассчитывать при заключении договора.

Кроме этого, по требованию одной из сторон, договор может быть расторгнут в случаях, предусмотренных ГК РФ, другими законами или договором.

М.Г. Розенберг указывает, что существенным следует признавать такое нарушение, которое влечет для стороны невозможность достижения цели договора[2].

В соответствии со статьей 15 ГК РФ под реальным ущербом понимаются расходы, которые лицо, чье право нарушено, произвело или должно будет произвести для восстановления нарушенного права, а также стоимости утраченного или поврежденного имущества.

Нам представляется, что сам по себе ущерб не дает право признать нарушение существенным. Кроме возникших высоких дополнительных расходов, неполучения доходов, он включает и другие последствия, существенно отражающиеся на интересах стороны. В этой связи важно выяснить, какие цели ставила сторона при заключении договора и как нарушение его условий контрагентом повлияло на ее интересы. Если ущерб от нарушения значителен, но кредитор не лишается рассчитываемого блага, то ущерб не может быть рассмотрен как существенный.

Специальные правила о кредитном договоре и договоре займа предусматривают основания расторжения кредитного договора по требованию кредитора.

Положения пункта 1 статьи 821 ГК РФ предоставляют право кредитору отказаться от предоставления кредита при наличии обстоятельств, очевидно свидетельствующих о том, что предоставленная заемщику сумма не будет возвращена в срок. Тем самым, статья наделяет кредитора правом на обращение в суд при наличии ожидаемого существенного нарушения договора.

Кредитный договор, содержащий условие об обязанности заемщика возвращать сумму кредита по частям, может быть расторгнут по требованию кредитора в случае, если заемщиком нарушен срок, установленный для возврата очередной части кредита (пункт 2 статьи 811 ГК РФ).

Статьей 311 ГК РФ установлено, что кредитор вправе не принимать исполнения обязательства по частям, если иное не предусмотрено законом, иными правовыми актами, условиями обязательства и не вытекает из обычаев делового оборота или существа обязательства. В науке гражданского права высказано мнение, согласно которому статья 311 ГК РФ устанавливает презумпцию в пользу недопустимости исполнения обязательства по частям[3].

Недопустимость частичного исполнения обязательства при отсутствии соглашения сторон об ином как общее правило сформировалось в римском праве. Так, у Юлиана находим: «некоторые считали, что тот, кто потребует десять, не должен быть принужден принять пять и требовать остального, и тот, кто утверждал, что участок принадлежит ему, не должен быть принужден требовать по суду лишь часть участка. Но в обоих случаях претор, по видимому, поступит человечнее если принудит истца принять то, что предлагается, так как в обязанность претора входит уменьшение предмета спора»[4].



Барон Ю. отмечал: «деление действия в том случае, если должник признает только часть долга, которую он готов уплатить; неосновательно некоторые делали отсюда тот вывод, что исполнение по частям допускается всегда; вывод этот опровергается тем, что, несмотря на уплату части долга, проценты нарастают на весь долг»[5].

Свод законов Российской империи не содержал специальной нормы, регулирующей отношения по частичному исполнению обязательств. В статье 1627 проекта Гражданского уложения Российской империи усматривалось, что веритель вправе не принимать от должника исполнения обязательства по частям. Гражданское законодательство советского периода устанавливало право кредитора не принимать исполнения по частям. Статья 109 ГК РСФСР 1922г. делала исключение из этого правила для случаев, установленных законом или договором, а статья 170 ГК РСФСР 1964г. добавляла к этим исключениям акт планирования и существо обязательства.

Гражданское законодательство России по общему правилу при отсутствии соответствующего регулирования отдает разрешение вопроса о возможности частичного исполнения на усмотрение кредитора.

Тем самым, если кредитный договор содержит условие об обязанности заемщика возвращать сумму кредита по частям, нарушение заемщиком срока, установленного для возврата очередной части кредита, является основанием для расторжения кредитного договора. Что, является своего рода мерой оперативного воздействия, так как отказ от ненадлежащего исполнения, носит не универсальный, а частный характер и имеет своим назначением обеспечение надлежащего исполнения обязанности должником.

Кредитный договор, предусматривающий обязанность заемщика по предоставлению обеспечения исполнения своего обязательства по возврату полученной суммы кредита и уплате процентов за пользование денежными средствами, может быть расторгнут по требованию одной из сторон в случае невыполнения заемщиком этой обязанности, а в случае ее выполнения – утрата предоставленного обеспечения или ухудшение его условий по обстоятельствам, за которые кредитор не несет ответственности.

Основанием для расторжения по требованию кредитора кредитного договора, заключенного с условием использования заемщиком полученных средств на определенные цели, признается нарушение заемщиком обязанности по обеспечению возможности для кредитора осуществлять контроль за целевым использованием суммы займа, а также невыполнение заемщиком условия кредитного договора о целевом использовании суммы кредита.

Кредитный договор, как и любой гражданско-правовой договор, при определенных условиях может быть расторгнут в связи с существенным изменением обстоятельств. Целью появления статьи 451 в ГК РФ явилось, как считает М.Г. Розенберг, общее урегулирование отношений сторон договора, когда существенное изменение обстоятельств приводит к значительно большей обременительности исполнения, но не вызывает полную или частичную невозможность договорных обязательств[6].

Существенное значение имеет цель, которой предопределяется необходимость прекращения договорного обязательства: восстановление баланса интересов сторон договора, существенным образом нарушенного в силу непредвиденного изменения внешних обстоятельств, не зависящих от воли сторон.

Изменение обстоятельств признается существенным, когда они изменились настолько, что, если бы стороны могли это разумно предвидеть, договор вообще не был бы ими заключен или был бы заключен на значительно отличающихся условиях.

Вопрос о приведении договора в соответствии с существенно изменившимися обстоятельствами или о его расторжении должен решаться самими сторонами в соответствии с пунктом 1 статьи 452 ГК РФ. Если стороны не достигли соглашения о приведении договора в соответствие с существенно изменившимися обстоятельствами или о его расторжении, договор может быть расторгнут, а по основаниям, предусмотренным пунктом 4 статьи 451 ГК РФ, изменен судом по требованию заинтересованной стороны при наличии одновременно следующих условий:

1) в момент заключения договора стороны исходили из того, что такого изменения обстоятельств не произойдет. Это означает не только ожидание сторонами того, что договорное обязательство будет проходить при неизменных обстоятельствах, но и объективную неспособность сторон предвидеть соответствующее развитие событий в момент заключения ими договора.

2) изменение обстоятельств вызвано причинами, которые заинтересованная сторона не могла преодолеть после их возникновения при той степени заботливости и осмотрительности, какая от нее требовалась по характеру договора и условиям оборота. Принимая во внимание, что в подпункте 2 пункта 2 статьи 451 ГК РФ говорится о заинтересованной стороне, в литературе высказывается мнение, что «не имеет юридического значения и, таким образом, не входит в предмет доказывания желание другой стороны договора (выступающей в качестве ответчика) преодолеть причины, вызвавшие изменение обстоятельств»[7]. Нельзя не отметить, что если изменение обстоятельств произошло в результате поведения любого из контрагентов, то нормы статьи 451 ГК РФ к такому случаю не применяются.

3) исполнение договора без изменения его условий настолько нарушило бы соответствующее договору соотношение имущественных интересов сторон и повлекло бы для заинтересованной стороны такой ущерб, что она в значительной степени лишилась бы того, на что была вправе рассчитывать при заключении договора. Российская доктрина и судебная практика не выработали критериев определения значительности утраты. В практике иностранных судов отмечается «уровень «чрезмерной неосуществимости» в промежутке между удвоением и десятикратным ростом договорной цены»[8].

4) из обычаев делового оборота или существа договора не вытекает, что риск изменения обстоятельств несет заинтересованная сторона. Тем самым,

если в договоре предусмотрено, что риск изменения обстоятельств несет заинтересованная сторона, это условие соблюдено будет.

По своему характеру существенно изменившиеся обстоятельства напоминают непреодолимую силу. Но отличие в том, что они не влекут за собой невозможность исполнения обязательств, возникших из договора, напротив, возможность исполнения во всех случаях должна присутствовать, но такое исполнение значительно нарушило бы баланс интересов сторон.

При расторжении договора судом вследствие существенного изменения обстоятельств применяются общие правила о последствиях расторжения договора. Положения пункта 3 статьи 451 ГК РФ являются исключением из общих правил. Суд по требованию любой из сторон определяет последствия расторжения договора, исходя из необходимости справедливого распределения между сторонами расходов, понесенных ими в связи с исполнением этого договора.

По требованию сторон кредитный договор расторгается в судебном порядке после процедуры досудебного урегулирования. Как указано в постановлениях Пленумов Верховного Суда и Высшего Арбитражного суда Российской Федерации: спор о расторжении договора может быть рассмотрен судом по существу только в случае представления истцом доказательств, подтверждающих принятие им мер по урегулированию спора с ответчиком, предусмотренных пунктом 2 статьи 425 ГК РФ[9]. Закон устанавливает в императивном порядке осуществление сторонами досудебного урегулирования вопроса о расторжении договора. Стороны наделены правом окончить дело соглашением без обращения в суд. Если другая сторона отказывается или уклоняется от такого урегулирования противоречий, расторжение договора по соглашению сторон перерастает в одностороннее, а поскольку заинтересованная сторона не уполномочена на одностороннее расторжение договора, оно происходит в судебном порядке.

Досудебный порядок урегулирования разногласий сторон договора заключается в том, что заинтересованная сторона (как правило кредитор) направляет должнику предложение расторгнуть договор. При несогласии должника, выраженного в виде отказа от предложения о расторжении договора, либо отсутствии ответа в соответствующий срок, заинтересованная сторона может обратиться в суд с иском о расторжении договора. Срок для ответа может быть указан в предложении, предусмотрен законом или договором, в противном случае, он считается равным тридцати дням. Когда ни закон, ни договор ничего не говорят относительно срока для ответа, инициатор расторжения не должен злоупотреблять своим правом указать в предложении о расторжении произвольный срок. Этот срок должен быть разумным. Если же в предложении указан заведомо неприемлемый срок для ответа, суд не должен рассматривать такой спор, поскольку налицо злоупотребление правом и досудебный порядок урегулирования спора фактически не соблюден.

При этом важно иметь в виду, что по требованию одной из сторон договор может быть расторгнут, если в договоре предусмотрены конкретные основания для расторжения договора. В противном случае условие о

расторжении договора по требованию одной из сторон нельзя считать сформулированным, а договор расторгнутым.

Договорные обязательства считаются прекращенными с момента вступления в законную силу решения суда о расторжении договора. В этом случае стороны не могут предусмотреть иной момент расторжения.

#### ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Кузнецов Д.В. Расторжение договора в гражданском законодательстве. Право и экономика. 2004г. №9. («ИПС КонсультантПлюс).
2. Комментарий к Гражданскому кодексу Российской Федерации (части первой) / Под ред. О.Н. Садикова. М, 1998. С. 731.
3. Комментарий к Гражданскому кодексу РФ, части первой / Под ред. О.Н. Садикова. С. 560.
4. Дигесты Юстиниана: Пер. с лат. / Отв. ред. Л.Л. Кофанов. Т. 3 М., 2003. С. 37.
5. Барон Ю. Система римского гражданского права. Изд. 3 выпуск 3. Книга 4. Обязательственное право. СПб., 1910. С. 57.
6. Комментарий к Гражданскому кодексу РФ части первой / Под ред. О.Н. Садикова. С. 735.
7. Рожкова М.А. Отдельные аспекты доказывания существенного изменения обстоятельств (по статье 451 Гражданского кодекса Российской Федерации) // Вестник ВАС РФ, 2001. № 4 С. 109.
8. Дудко А. Договор в условиях существенного изменения обстоятельств // Хозяйство и право, 1999, № 11. С. 32.
9. Постановление № 6/8 Пленума Верховного Суда российской Федерации и Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 1 июля 1996 г. //Вестник ВАС РФ. 1996. № 9. С. 10.

*Покатов Д.В.*

#### **У ИСТОКОВ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭЛИТОЛОГИИ: Н.А.БЕРДЯЕВ**

С конца XIX века получают широкое развитие различные версии философско-меритократических концепций политической элиты. Их разноплановость и идейно-теоретическое богатство проявляется уже в том, что они вобрала в себя воззрения представителей таких весьма различных направлений социальной мысли как персонализм (Н.А.Бердяев и Н.О.Лосский), идеализм (С.Н.Булгаков и Г.П.Федотов), евразийство (Н.Н.Алексеев).

В большинстве случаев представители этого направления (за исключением Г.П.Федотова и Н.Н.Алексеева) не употребляли самого термина

«элита», заменив его на понятия аристократии, «лучших людей», «героев» и т.д.

Достаточно подробную характеристику элиты общества, представленной как аристократия, можно обнаружить в работах крупнейшего представителя не только отечественной, но и европейской социально-философской мысли – Н.А.Бердяева. Социально-философские воззрения мыслителя на сущность и роль элитных слоев в жизни общества изложены в его труде «Философия неравенства».

Ученый считал, что в основании общества находятся пять онтологических принципов, в том числе: аристократизм, иерархичность, консерватизм, свобода и личность. Все эти принципы имеют глубокое внутреннее содержание и объективное, независимое от личности, происхождение. В представлении Н.А.Бердяева, аристократия как управление и господство лучших, как требование качественного отбора, остается высшим принципом общественной жизни, единственно достойной человека утопией. Аристократический принцип, по его мнению, является онтологическим, органическим и качественным, в то время как социалистические, анархические и демократические принципы всегда формальны, механистичны и количественны [1; 124].

Как и другие представители элитистских концепций, Н.А.Бердяев не только отмечает то, что сущность аристократизма выражается в господстве лучших, но и констатирует неизбежность появления в обществе аристократических кругов. Ученый убежден, что «всякий жизненный строй - иерархичен и имеет свою аристократию, не иерархична лишь кучка мусора и лишь в ней не выделяются никакие аристократические качества» [2; 125].

На протяжении различных исторических эпох на роль аристократии претендовали различные социальные слои, в том числе, дворянство, буржуазия и пролетариат. В представлении мыслителя, всякое желание войти в аристократию, возвыситься до её уровня из низшего состояния, по сути, не является аристократичным. Возможен лишь природный, прирожденный аристократизм, аристократизм от Бога.

Прирожденный аристократ должен обладать рядом важнейших качеств, среди которых Н.А.Бердяев особенно отмечает жертвенность (как «вечную ценность аристократического начала»), щедрость, заботу об общественном благе. Как считает мыслитель, аристократом «можно быть лишь не по заслугам, не по личному труду и не по личному достижению. И это должно быть в мире. Гений и талант принадлежат к духовной аристократии потому, что гений и талант – даровые, не заслуженные, не заработанные. ...Они получены по рождению, по духовному происхождению и духовному наследованию» [3; 129].

Духовный аристократизм, по мнению Н.А.Бердяева, характеризуется также внутренним благородством и «неразрывной связью с отцами». Не имеющие происхождения и не знающие своего отчества не могут быть аристократами. Данное суждение, на наш взгляд, особенно актуально именно сейчас, когда некоторые представители политической элиты игнорируют

интересы страны, в которой родились и в которой проходило их становление как представителей элитного слоя.

По мнению Н.А.Бердяева истинный аристократ обладает «дарящей», а не «отнимающей» добродетелью. Для него не характерно участие в борьбе за власть. Аристократическая власть, власть лучших и благороднейших, сильнейших по своим дарам, «есть не право, а обязанность, не притязание, а служение» [4; 131]. В целом, по всей совокупности своих параметров, духовная, внеисторическая, аристократия противостоит исторической – социальному слою, который на определенном историческом этапе выступает публично в качестве аристократии. Стремление данного слоя к власти и привилегиям, отказ от служения может привести его к серьезной трансформации, завершающейся преобразованием в касту. Данная тенденция, как справедливо отмечал ученый, характерна для многих стран, в том числе и России.

Говоря о российском обществе, он также оправданно констатировал, что у нас отсутствовала многовековая традиция аристократизма. В России не было рыцарского периода. А именно в нем, по мнению мыслителя, оформлялось высшее достоинство человека. Со времен Петра I значительную роль играла бюрократия, которая не могла быть признана аристократией по своему душевному типу. Распространение в XIX веке нигилизма и нигилистического типа, непосредственно связанных с увеличением прослойки разночинцев, нанесло серьезный урон духовной аристократии. К этому добавилась и измена иерархически высших слоев своему назначению и духовное растрепывание в них, что привело к революционным потрясениям как «справедливой каре за грехи высших и сильнейших».

В целом, высказанные Н.А.Бердяевым идеи не потеряли своей актуальности и сегодня должны служить важнейшими методологическими принципами анализа не только духовной, но политической элит. По целому ряду оценок, даваемых элитным слоям общества, Н.А.Бердяев весьма близок к другим идеологам отечественного меритократического направления в изучении элиты, среди которых отметим философа-персоналиста Н.О.Лосского и представителя идеалистической философии, который начинал свой творческий путь как легальный марксист, - С.Н.Булгакова. Однако, несмотря на их идейную близость, говорить о тождественности позиций данных мыслителей не представляется возможным. Н.А.Бердяев создал достаточно самобытную и оригинальную трактовку элитных слоев, которая фактически являлась одной из немногочисленных меритократических концепций, появившихся в российском обществе в конце XIX –первой четверти XX века. Все это позволяет отнести его к разряду ученых, стоявших у истоков создания отечественной «элитологической школы» и меритократического направления в изучении элиты.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. *Бердяев Н.А.* Философия неравенства. М., 1990.
2. Там же.
3. Там же.
4. Там же.

*Завгородний А.А.*

### **ОСОБЕННОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВАНИЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ РЕФЛЕКСИИ В РУССКОЙ СОЦИОЛОГИИ**

Любое историческое исследование, ориентировано не столько в прошлое сколько проецируется на настоящее и будущее. В этом плане экскурс в историю развития социальной мысли в целом и в историю социологической мысли в России, в частности, приобретает не только самостоятельную познавательную ценность, но и позволяет через призму характеристики социологической рефлексии конкретного периода развития общества уточнить характеристики самого общества. В данном случае вполне уместно будет размышление П.А. Сорокина: «история социологии показывает необычайное стилевое богатство размышлений об обществе, культуре и личности и за редкими исключениями в каждом виде размышлений есть свои резоны. И, таким образом, занятие историей социальной науки помогает избежать открытия уже открытых ранее “социологических Америк” и не допустить напрасной траты интеллектуальных сил исследователя, что обычно бывает крайне обидной вещью и, кроме того, это же знание разных теорий порождает критицизм, оздоравливающий научную атмосферу, ибо всевозможный вздор под видом “социологии” в наши дни публикуют, распространяют и обучают всему этому же»[1].

Попытка определиться и найти «правильное», дающее не столько теоретический эффект, сколько выводящее на практику основание социального познания характеризует русскую социологию второй половины девятнадцатого века. Эту проблему ставили крупнейшие социологи этого периода. В этом плане особенно значимыми являются труды Н.И. Кареева, М. Ковалевского, П. Сорокина, К. Тахтарева и др.

Оценка теоретико-методологического вклада русских социологов представлена в работах: И.А. Голосенко, А.Г. Здравомыслова, В.П. Золотарева, В.В. Козловского Е.И. Кукушкиной, А.Н. Медушевского, Н.В. Новикова, И.Д. Опилова и других авторов[2].

Уже сами классики русской социологии характеризуя состояние развития социологических воззрений этого периода фиксировали наличие различных школ и направлений, с платформ которых их коллеги пытались осмысливать

социальную реальность. Это не могло быть случайным. Своеобразием пространства социального мышления в России выступало сложившееся деление социальной мысли на два потока, имеющие глубинные исторические корни. В середине XIX столетия эти два потока приобрели свое оформление в виде славянофильства и западничества. Попытки К.Д. Кавелина интегрировать два этих подхода как бы закладывали характеристики предсоциологического этапа социальной мысли в России, которые стали центральными для социологии в России, сформировав то проблемное пространство, вокруг и внутри которого будут выстраиваться научно-теоретические и социально-политические дискуссии в дальнейшем. Таким образом, на предсоциологическом этапе русская социальная мысль сформулировала проблемное поле социологических исследований, акцентировала ряд основных вопросов, которые необходимо было решить, и заложила основы социальной методологии. Все сказанное наглядно показывает, что во второй половине XIX века в России рядом с социальной философией зарождается и начинает бурно развиваться русская социологическая мысль. Это не случайно. Процессы, которые происходили в первую очередь в экономической сфере и потребовавшие в связи с этим знания об обществе как целостной взаимосвязанной системе, стали основной причиной возникновения социологии в России. Особенностью этого процесса являлось использование русской социологией как классических оснований социологии, базировавшейся на позитивистских философских основаниях, предложенных О. Контом, так и на широком фундаменте западной, прежде всего немецкой классической философии и социальной философии, имеющей глубинные русские корни. В конечном счете, можно сказать, что русская социология, в том виде как она сложилась во второй половине девятнадцатого столетия, явилась результатом синтеза различных теоретико-методологических оснований. Это позволяет определить ряд специфических черт, которые позволяют выделить ее как самостоятельное направление мировой социологической мысли. Это антропологизм, т.е. интерес к человеческой жизни, историческая конкретность — она отталкивается от конкретной русской действительности при построении отвлеченных общественных теорий, ее интересуют будущее предназначение, смысл России. Также для нее характерна синтетичность при познании общества как живого целого.

#### ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Голосенко И. Питирим Сорокин как историк социологии // Журнал социологии и социальной антропологии. 1998. Т.1. Вып. 4.
2. Голосенко И.А. Основоположник русской традиции историко-критического анализа социологических учений // Социологические исследования. 1985. № 3; Голосенко И.А. Питирим Сорокин: судьба и труды. Сыктывкар, 1991; Голосенко И.А. Социология в дореволюционной России (научно-методические аспекты) // Философские науки. 1988. № 1. С.48-56; Голосенко И.А., Козловский В.В. История русской социологии XIX –XX вв. М., 1995; Дойков Ю.В. Питирим Сорокин // США. Экономика. Политика. Идеология.



1992. № 6; Кукушкина Е.И. Академическая традиция в истории социологии России // Социологические исследования. 2000. № 4. С. 97-108; Новиков Н.В. Исходные парадигмы русской социологии // Свободная мысль. 1993. № 6. С.55-67; Новикова С.С. Социология: История. Основы. Институционализация в России. М.: Изд-во «Ин-т практ. психологии»; Воронеж: НПО «МОДЭК», 2000; Тахтарев К.М. Социологические труды. СПб. Изд-во СПбГУ, 2006; Здравомыслов А.Г. Социология в России: прошлое и настоящее // Российская социология: историко-социологические очерки / [Отв. ред.: А.О. Бороноев, В.В. Козловский]. М.: Российск. гос. гуманит. ун-т, 1997; Золотарев В.П. Историческая концепция Н.И.Кареева содержание и эволюция. Л.: Изд-во ЛГУ. 1988; Медушевский А.Н. Формирование социологической концепции П. Сорокина // Социологические исследования. 1991; Опилов И.Д. Социология истории Н.И.Кареева // Российская социология. СПб: Изд-во СПб Ун-та, 1993.

*Карелина И.А.*

## **СОВРЕМЕННАЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА ЕВРОСОЮЗА**

Взаимоотношения стран современного мира развиваются в рамках глобального сообщества. В рамках Евросоюза взаимоотношения государств координируются глобальными взаимодействиями в различных сферах. Процессы интеграции в современном мировом пространстве проникли в сферы культуры, науки, образования. Важной становится роль культуры в современных процессах интеграции. Все реализуемые Евросоюзом проекты отчасти связаны с культурной политикой. Процесс производства культурных ценностей, распространение культурной продукции облегчает доступ к культурным ценностям гражданам Евросоюза и других стран.

Перспективы развития Евросоюза в сфере культуры неразрывно связаны политической стратегией ЕС в сфере культуры, созданию и развитию европейского единого культурного пространства, его проблемам и достижениям, усилению наднациональных подходов в решении интеграционных задач.

Разработка и принятие важных политических решений ЕС в области культуры в современный период происходит в соответствии с углублением европейской интеграции, укреплением европейской идентичности, сплочением народов ЕС, развитием союзного гражданства, созданием единого культурного пространства, решением проблем занятости. Цель европейской интеграции – создание и гармоничное функционирование единого рынка, в том числе и культурной продукции.

Государства-члены Евросоюза заинтересованы в сохранении самобытности и развитии национальных культур. Они разрабатывают направления идеологии и концепции культурной деятельности, располагают национальными органами управления культурой. Однако, организационные,

финансовые, кадровые, технические ресурсы и возможности отдельных государств-членов ограничены в рамках глобализационных процессов. Многие задачи можно решить на европейском уровне, используя национальный потенциал государств-членов и преимущества, ресурсы Европейского союза. Эти взаимоотношения регулируются соответствующими договорами государств ЕС.

В последние годы Европейский совет, Еврокомиссия, Совет Евросоюза, Европарламент реализуют на европейском уровне принципиальные политические решения, инициативы, оказывающие серьезное влияние на культурную сферу. Культурное сотрудничество стран Евросоюза базируется на союзной нормативно-правовой регламентации.

Документы Евросоюза регламентируют самостоятельную роль культурной политики в европейской интеграции. Культурная политика выполняет важную миссию – обеспечение успеха стратегии Евросоюза: достижение наиболее конкурентоспособной и динамичной экономики в мире, способной поддерживать экономический рост и обеспечивать трудоустройство и усиление социальной консолидации граждан ЕС.

Культурная политика ЕС способствует созданию и развитию единого культурного пространства. На территории всех стран Европы реализуются основные фундаментальные свободы Евросоюза: свобода передвижения граждан, товаров, свобода учреждений и предоставления услуг, свобода передвижения капитала и осуществления платежей. Нормативные документы Евросоюза являются серьезным фундаментом для реализации в культурном секторе данных свобод. Выработанная разветвленная система норм миграционного, таможенного, налогового, конкурентного и авторского законодательства, регулирует различные аспекты мобильности работников культуры на территории Евросоюза, свободу деятельности культурных учреждений, перемещение культурных ценностей и культурных продуктов внутри ЕС и за его пределы, а также предоставления различных культурных услуг в аудиовизуальной сфере. Эти нормы являются крупнейшим достижением европейского международного права.

При этом государства-члены Евросоюза сохраняют свои полномочия по управлению национальной культурой и самостоятельно регулируют налогообложение, социальную защиту работников культуры, защиту авторских прав. Все еще не урегулирована проблема признание дипломов и квалификаций работников культуры в странах ЕС. Это объясняется трудностями законодательного процесса в рамках Евросоюза, многообразием механизмов принятия решения на уровне союза. С расширением Евросоюза данные проблемы лишь возрастают.

В целом, поощрение различных форм культурного сотрудничества стран Евросоюза сочетается с максимальным контролем над перемещением культурных объектов и ценностей общеевропейского значения в третьи страны, с возвращением культурных объектов, незаконно вывезенных с территории государств-членов.

Культурная политика и культурная деятельность Евросоюза в рамках глобализации подчеркивает роль ЕС в реальном мире. Существующие договоренности ЕС направлены на повышение конкурентоспособности на мировых рынках, решение проблем занятости, воспитание ответственного гражданства, реализация прав и свобод человека, сохранение и преумножение культурных ценностей Европы. Культура становится инструментом укрепления социальной консолидации и европейской идентичности в рамках языкового, этнического и религиозного, культурного разнообразия европейского общества.

Единое культурное пространство наглядно отражает масштаб и уровень европейской интеграции, являющейся частью мировой глобализации. Интеграционные проекты демонстрируют преимущества и выгоды объединения сил, гармонизации, унификации различных сторон жизнедеятельности современных государств. Важнейшим измерением глобального мира должно стать общее культурное пространство, в котором будут взаимодействовать различные культуры и языки.

Реализация культурной политики Евросоюза нацелена на сохранение европейского культурного наследия, укрепление культурно-политического влияния в мире. В конце XX века Евросоюз реализовывал проекты поддержки художественного и культурного творчества, книгоиздательства, проекты сохранения культурного наследия. Все эти проекты укрепляли диалог культур народов Евросоюза, способствовали транснациональному распространению культуры, творчеству и мобильности работников культуры, культурному разнообразию.

Культурные программы Евросоюза («Культура 2000», «Европейская Столица Культуры») поднимают престиж национальных культур, позволяют улучшать инфраструктуру культуры, развивать творческую инициативу, внедрять инновации. Данные программы решают социальные задачи: развитие местных общин, удовлетворение потребностей национальных групп, забота о потребителях, контролируемые цены. Данные программы являются экономическим мегапроектом, имеющим реальные перспективы.

По инициативе ЕС в различных городах Европы проходят месячники европейской культуры, на которых реализуются проекты сотрудничества с другими европейскими странами. Важное политическое и культурное значение имеют премии Евросоюза в области культурного наследия, современной архитектуры, мобильности артистов.

Евросоюз стремится стать динамичным обществом в мире, укрепляя свой международный авторитет и культурное и культурно-политическое влияние с помощью мегапроектов и программ в области культуры. Важным является сотрудничество ЕС с различными странами. Цели данного сотрудничества: интеграция культурного пространства на всех уровнях сотрудничества, признание и сохранение культурных ценностей, развитие межкультурного диалога, поддержка и развитие культурной индустрии и повышение доступа продуктов культуры и услуг на рынок, возвращение нелегально вывезенных культурных объектов. Стратегические планы ЕС направлены на укрепление добрососедских отношений с другими странами на

основе интеллектуальных и культурных, образовательных молодежных обменов.

Активные взаимоотношения Евросоюза с Советом Европы, ЮНЕСКО реализуются в культурных кампаниях (год языков, дни культурного наследия), направлены на финансирование проектов, осуществляющих сотрудничество по культурному наследию и ремеслам, сохранению археологических достопримечательностей.

Активные отношения связывают Евросоюз с ЮНЕСКО. Сотрудничество охватывает вопросы культурного наследия, языков и культурного разнообразия. Важный пункт сотрудничества – позиция Евросоюза относительно конвенции ЮНЕСКО о защите и развитии разнообразия культурной экспрессии (2005). Конвенция – первый в своем роде международный документ, который олицетворяет консенсус международного сообщества по проблеме культурного разнообразия.

Евросоюз стремится придать культурным связям глобальный характер, добиться взаимопонимания различных культур, их взаимодействия и сотрудничества, признавая равноправие культур, их уникальность, самобытность, неповторимость.

Процесс европейской интеграции является объективной потребностью членов ЕС в условиях глобализации. Интеграция постепенно охватывает все новые сферы жизнедеятельности единой Европы. Эта тенденция характерна и для интеграционных процессов в области культуры.

Сфера культуры является самостоятельным направлением политики ЕС. В последние годы на европейском уровне приняты принципиальные решения, разработаны концептуальные подходы, выдвинуты важные политические инициативы, серьезно влияющие на культурную сферу, придавая ей универсальное значение в интеграционных процессах в ЕС. Активное участие в этом принимают наднациональные органы управления: Европейский совет, Еврокомиссия, Европарламент и другие.

Важнейшей стратегической целью Евросоюза является создание и укрепление единого культурного пространства. Благодаря интенсивной законодательной, организационной и финансовой деятельности структур ЕС, единое европейское культурное пространство становится реальностью.

Действенным инструментом реализации культурной политики внутри ЕС служат различные программы и инициативы, которые являются универсальными организационно-финансовыми инструментами в решении различных задач.

В целях укрепления своих позиций в мире Европейский союз осуществляет множество программ развития и сотрудничества со странами Средиземноморья, Азии, Африки, Латинской Америки, с США, Канадой, Японией и др., составным элементом которых являются культурно-образовательные программы. Важную роль эти программы выполняют на постсоветском пространстве. Программы направлены на развитие национальных культур, образования, демократических институтов, предпринимательства, свободы средств массовой коммуникации, сохранение культурного наследия.

## **СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА С МОЛОДЕЖНЫМИ И ДЕТСКИМИ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОБЪЕДИНЕНИЯМИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

Становление и развитие молодежи в современной России происходит в условиях реформирования фундаментальных основ жизни общества. Структурное и функциональное преобразование общественно-политической системы, вплетенное в ткань постоянно обновляющихся социально-экономических реалий, и духовно-нравственный кризис в обществе обуславливают неоднозначные тенденции в молодежной среде.

Поэтому в данном ракурсе интересным видится рассмотрение многообразия представленных в обществе детских и молодежных объединений на современном этапе развития страны, изучения форм и способов взаимодействия государства и общественных организаций.

В современных российских условиях установилась практика государственной поддержки молодежного движения, что означает «признание государством особого значения форм самоорганизации молодежи для их социального становления и на этой основе установление с детскими и молодежными общественными объединениями партнерских связей, в которых они выступают в качестве представителей интересов молодежи перед властными структурами»[1].

Сегодня в России действует более 427 тысяч молодежных и детских общественных объединений[2]. Из них официально зарегистрировано 79 объединений, 17 из которых носит профессиональный характер, 12 – воспитательный, 11 – социальный, 11 – общественно-политический, у 10 – благотворительная направленность, 8 – это организации по интересам, 5 – спортивные, 5 – при политических партиях, 3 – по национальному признаку. Одна организация является молодежной партией. Наблюдается тенденция неравномерного распределения объединений по стране, основная их часть действует в столице, в других крупных городах и республиканских центрах.

Одним из ключевых моментов, положившим начало осуществлению в Российской Федерации государственной молодежной политики нового содержания, стала выработка концептуальных и правовых основ молодежной политики Российской Федерации, определение правового поля деятельности молодежных общественных объединений.

Важную роль во взаимоотношениях и взаимодействии государства и молодежных объединений играет такое направление, как финансовое обеспечение государством деятельности данных объединений. Финансирование производится на конкурсной основе. Так, к примеру, в рамках подпрограммы «Создание условий для эффективной реализации потенциала молодежи в процессе социально-экономических преобразований в стране. Поддержка детских, молодежных и студенческих общественных объединений»,

федеральной целевой программы (ФЦП) «Молодежь России» ежегодно проводятся конкурсы проектов (программ) общественных объединений.

В то же время существуют проблемы в оказании финансовой поддержки молодежным организациям, связанные с отсутствием отдельной строки в бюджетный классификатор на поддержку детских и молодежных общественных объединений, что позволяло бы получать субсидии на эти формы деятельности. Без государственной поддержки организационной деятельности молодежное движение не сможет развиваться и потеряет свои позиции в государственной молодежной политике.

Выход из сложившейся ситуации в некоторых субъектах РФ найден посредством создания областных и муниципальных государственных центров поддержки деятельности общественных объединений, в штат которых вводятся руководители общественных объединений, выделяются необходимые площади для молодежных и детских объединений, предоставляется возможность использования услуг связи, оргтехники и т.д.[3].

Не менее важным аспектом взаимодействия государства и молодежных организаций является информационное обеспечение деятельности детских и молодежных объединений.

Идет процесс формирования банка данных по содержательной стороне деятельности общественных объединений и оценка их интеграции, как на федеральном, так и на межрегиональном уровне, по различным направлениям и подходам.

Издаются методические, информационные сборники, содержащие информацию об общественных объединениях и их лидерах, о программах деятельности молодежных организаций, об инновационном опыте, в них описываются методики, технологии работы, обобщается передовой опыт.

Немаловажную роль играет и оказание научно-методической поддержки молодежным общественным объединениям. В России эту помощь осуществляет также Министерство образования в сотрудничестве с научно-исследовательскими организациями. Деятельность в этом направлении осуществляется в виде консультирования по вопросам создания и регистрации общественных объединений, по программированию их деятельности, подготавливаются рекомендации по разработке и принятию региональных концепций и законов в области взаимодействия власти и молодежных объединений, по оформлению программ, предоставляемых на конкурсы, и многое другое. Работа ведется также в сфере кадрового обеспечения.

Взаимодействие государства с общественными объединениями предполагает интерактивность, ответную реакцию со стороны молодежных организаций.

В стране действует система молодежных социальных служб. Насчитывается более 100 служб трудоустройства и профориентации (молодежные биржи труда), около 2000 социальных служб разного направления, центры помощи инвалидам, телефоны доверия, центры информации о вузах[4].

Таким образом, в настоящее время взаимодействие государства и молодежных общественных объединений в России осуществляется в следующих основных направлениях:

- 1) выработка концептуальных и правовых основ государственной молодежной политики, в том числе определение правового поля деятельности молодежных общественных объединений;
- 2) создание институциональных основ осуществления государственной молодежной политики;
- 3) финансовое обеспечение деятельности молодежных объединений;
- 4) информационное обеспечение деятельности детских и молодежных объединений;
- 5) научно-методическая поддержка молодежных объединений;
- 6) кадровое обеспечение;
- 7) научные разработки проблем молодежи.

Эта поддержка должна осуществляться на таком уровне, чтобы молодое поколение чувствовало уверенность в завтрашнем дне, видело, что государство и правительство поддерживает любые начинания в самореализации. Ведь молодежные объединения можно считать ступенькой к сотрудничеству и взаимодействию с государством. Необходимо создание государственных учреждений, которые будут регулировать и тем самым усиливать эффективность государственной поддержки, развитие фондов, осуществляющих контроль за источниками финансирования и порядком распределения средств, для упрощения поддержки молодежных объединений. Молодежь - это будущее страны, и если не поддержать ее сегодня, то нет никакой уверенности в том, что завтра она не пойдет в противоположную сторону.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Ковалева А.И. Социализационные траектории современной российской молодежи // Молодежь и общество на рубеже веков: Секция "Будущее России и молодежь: к новой концепции молодежной политики". Ч. 1. М. 2000. С. 70.
2. Официальный сайт Федерального агентства по делам молодежи <http://www.fadm.gov.ru/>
3. Проблема эффективности государственной молодёжной политики // Традиционное, современное и переходное в российском обществе: Сб. статей Всероссийской научно-практической конференции. Пенза. 2004. С. 44.
4. Чупров В. И., Зубок Ю. А., Уильяме К. Молодежь в обществе риска. М. 2003. С. 34.

## **ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА)**

Проблема политического предпочтения личности сейчас резко актуализировалась, в стране произошла смена системы политической власти, установились рыночные отношения. Изменились объективные условия, в стране выросла политическая активность. Работа и успех каждого предприятия зависят от состояния экономики и политики страны, в которой развивается данная организация. Класс предпринимателей возник в России сравнительно недавно, с установлением рыночных отношений и легализации частной собственности. Класс собственников просто обязан обеспечить и закрепить такие общественно-политические условия, которые бы гарантировали его экономическое господство при любых политических коллизиях. Иначе и быть не может, ибо условием экономического господства подобных «нуворишей» является государственная поддержка и правительственное обеспечение их привилегий на рынке. Это наиболее экономически активный слой общества, поэтому он всегда будет стоять за свои деловые интересы, а поскольку эти интересы требуют законопавия и защиты прав личности, то этот класс должен бороться за общественное устройство, соответствующие тем идеалам, которые ему выгодны. Таким образом, изучение политических предпочтений предпринимательства становится особенно актуальным

Хотя предпринимательство в качестве объекта исследования достаточно широко представлено в социологической литературе, но политические предпочтения предпринимателей мало изучены[1], что и вызвало необходимость дополнительного сбора социальной информации.

Проведенный социологический опрос[2]. показал, что 37% предпринимателей полностью или частично не доверяют президенту; почти 63% в различной степени доверяют ему. Государственной Думе не доверяют 58% и лишь немного более 31% - доверяют. 18,8% не доверяют правительству, 38,8%-скорее нет, чем да; 31,8%-скорее да, чем нет; а доверяют полностью лишь 2,4% опрошенных. 52% опрошенных в той или иной степени доверяют силовым структурам, 36% - не доверяют им. Не доверяют судам и прокуратурам 52% предпринимателей, 32% доверяют им в разной степени. Таким образом, предприниматели, как и весь российский народ, больше всего доверяют президенту, т.к. рассматривают его как символического гаранта защиты своих прав. Самым меньшим доверием пользуется Государственная Дума, возможно это является отражением проблемного характера реализации многих законов, принятых этим институтом.

Важным критерием политических предпочтений предпринимательства выступает их интерес к политической жизни страны. 24,7% опрошенных - полностью равнодушны к политике; 43,5% респондентов проявляют непосредственно интерес только к тем событиям, способным повлиять на их жизнь; 18,8% активно интересуются политической жизнью. Количество



предпринимателей, занимающихся политикой профессионально и, наоборот, отрицательно относящихся к этой сфере деятельности, совпадает и составляет по 5,9%. Это свидетельствует о невысоком уровне заинтересованности предпринимателей в сфере права и политики.

68,9% предпринимателей интересуются событиями политической жизни города Саратова, 31,1% - относятся к этому равнодушно. При выборе наиболее предпочитаемых форм политического участия мнения предпринимателей разделились на следующие: 48,1% предпочитают избирать; 13% - дистанцироваться от политики; 12% - избираться самому и 11,1% - участвовать в мирных демонстрациях. Просмотрев полученные результаты, видим, что около половины предпринимателей считают голосование наиболее адекватной и достаточной формой политического участия. Как оказалось, самый большой процент активно интересующихся политической жизнью выявлен среди предпринимателей в сфере строительства, общественного питания и юридических наук. Кроме того, чем крупнее предприятие, тем выше политическая активность его владельца, так и федерального уровня. Предприниматели уже достаточно обеспеченные интересуются политической жизнью чаще всего уже с позиций профессионального участия.

Как оказалось, самый большой процент активно интересующихся политической жизнью выявлен среди предпринимателей в сфере строительства, общественного питания и юридических наук. Кроме того, чем крупнее предприятие, тем выше политическая активность его владельца, при чем не только в количественном выражении, но и по форме участия. Так, около 67% владельцев очень крупных предприятий политикой занимаются профессионально.

Предприниматели, имеющие самый высокий и самый низкий доходы активнее других интересуются политической жизнью. Среди этих групп наиболее ярко выражен разброс мнений относительно желаемого политического режима государства. На наш взгляд, это связано с тем, что предприниматели с низким уровнем дохода имеют меньше ресурсов для стабилизации своего положения. Развитие их предпринимательской деятельности зачастую зависит от политики властей, как регионального, так и федерального уровня. Наиболее обеспеченные предприниматели интересуются политической жизнью чаще всего уже с позиций профессионального участия.

Выявлена зависимость уровня политической активности от уровня образования: чем выше уровень образования, тем выше уровень политической активности. Кроме того, занимаются профессионально политикой предприниматели, имеющие ученую степень.

На вопрос о предпочитаемом политическом режиме были получены следующие ответы: 38,8% - президентская республика; 15,3% - парламентская республика; по 3,5% - конституционная монархия и президентско-парламентская республика; 2,4% выбрали демократический режим и по 1,2% - режим, при котором людям жилось бы хорошо и ныне существующий. Из данных соотношений делаем вывод - наиболее оптимальным режимом, по мнению большинства предпринимателей, является президентская республика.

То есть уровень доверия к программе, выдвинутой нынешним президентом, более высокий, по сравнению с предыдущим. Связано это с тем, что в программе созданы более подходящие и применяемые руководством условия для развития работы предприятия, усовершенствования их деятельности.

Таким образом, слой региональных предпринимателей принимает не очень активное участие в политической жизни страны. Их политическая активность носит избирательный, прагматический характер и ограничивается преимущественно жизнью своего региона. Большинство опрошенных предпринимателей проявляют интерес лишь к тем событиям, которые способны повлиять на их бизнес и жизнедеятельность. На уровень политической активности предпринимателей наиболее существенное влияние оказывают такие факторы, как сфера бизнеса, размер предприятия, уровень образования и дохода.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

1. *Безгодков А. В.* Очерки социологии предпринимательства. СПб., 1999; Орлова Е. В. Современное российское предпринимательство. Саратов, 2002; Вебер М. Избранные произведения. М., 1990; Зарубина Н. Н. Без протестантской этики: проблема социокультурной легимитизации предпринимательства в модернизирующихся обществах // Вопросы философии. 2001. № 10 и др

2. Данное социологическое исследование было проведено в ЦРСИ СГУ с участием автора в 2008 году методом анкетирования. В исследовании используется многоступенчатая квотно стратифицированная выборка. Выборочная совокупность составляет 287 чел

*Бесараб С.В.*

#### **ОТНОШЕНИЕ ЮНОШЕЙ К ВОИНСКОЙ СЛУЖБЕ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ)**

Молодые люди, достигшие призывного возраста, сталкиваются с необходимостью прохождения воинской службы. Каждый юноша воспринимает службу в армии по-своему. Социальная, экономическая нестабильность, существование «горячих точек» и связанные с этими факторами социально-стрессовые расстройства отражаются на формировании готовности юношами выполнения воинского долга. На фоне глобальных общественных трансформаций изменяется и структура военной организации. Это реализуется через изменения состава военнослужащих и соответственно падения популярности воинской службы. Поэтому отношение молодых людей к воинской службе требует постоянного отслеживания методом социологического мониторинга.

Анализируя данные, полученные в ходе проведенного в 2008 году социологического опроса, направленного на изучения отношения юношей к воинской службе, выяснилось, что основными мотивами прохождения армейской службы являются стремление познать армейскую жизнь, овладеть военной техникой. Значимая доля молодых людей, которые хотели бы отслужить воинскую службу, отдали свои предпочтения войскам морской пехоты, объясняя свой выбор высоким оснащением военной техникой и боеспособностью этого рода войск. При этом формирование боевых качеств для них имеет меньшее значение. Получение образования расценивается юношами, как возможность уклониться от призыва в армию. Среди их жизненных ценностей образование проявилось незначительно.

Положение армии в сознании молодых людей имеет неоднозначной позиции, так воинская служба воспринимается, как источник разногласий в обществе и связывается с потерянными годами. Одновременно, практически все опрошенные определили армию как действующую и эффективную структуру. Основным источником информации о воинской службе, оказывающий воздействие на мнение являются средства массовой информации, которые формируют представления мужчин

Основной трудностью прохождения воинской службы молодые мужчины, независимо от того служили они в армии или нет, считают неуставные отношения и большие физические и психологические нагрузки. При этом бывшие рядовые имеют самый большой процент указавших на неуставные отношения, большие физические, психологические нагрузки как недостаток службы в армии, а также.. Для юношей, получивших звание ефрейтора, основной трудностью является твердая воинская дисциплина и армейский распорядок. Мужчины в званиях сержанта и старшего сержанта практически не упоминали о своих армейских трудностях. Если необходимость нагрузок юноши понимают адекватно, полагая, что военному служащему необходимы навыки физической подготовки, то проблема неуставных отношений в армии остается острой. Лишь небольшая доля юношей сочла соперничество ближнему важным качеством военного человека. Следовательно, эту проблему нельзя относить только к недостаткам армейской службы. Скорее всего это указывает на противоречия и проблемы всего общества и невысокий уровень подготовки допризывников к воинской службе, проводимой соответствующими институтами социализации молодежи.

Выявлен значительный ресурс военнотружущих среди юношей, готовых пройти службу в войсках РФ. При этом из числа юношей, уже отслуживших в армии, более половина готовы пройти воинскую службу повторно по контракту. Это указывает на высокий уровень популярности контрактной военной службы, особенно в кризисных условиях растущей безработицы. Юноши из мало обеспеченных категорий населения объясняют это возможностью улучшить материальное положение. При этом контрактная служба, по их мнению не будет способствовать замещению нравственных качеств материальными ценностями. Значительная часть опрошенных молодых

мужчин полагают себя патриотами, понимая под этим стремление трудиться для процветания своей страны и необходимость защищать свое Отечество.

В сознании призывников срочная служба имеет меньшую негативную окраску по сравнению с контрактной службой. Необходимо отметить, что неуставные отношения, большей степени преобладают среди военнослужащих по контракту. Контрактники испытывают большую изоляцию от общества. Среди них особенно популярны войска специального назначения.

Было выявлено, что среди юношей призывного возраста (от 17 до 22) служба в армии воспринимается, как один из этапов в жизни, который способствует формированию личности в целом. У молодых мужчин в возрасте от 23 до 28 лет в восприятии утрачивается ценность армии, как гражданского долга, но усиливается роль армии в формировании личностных качеств человека. Мужчины более зрелого возраста (от 29 лет до 35 лет) в меньшей степени рассматривают армейскую службу, как потерянные годы, но утверждают, что армия способствует психологическому и физическому становлению мужчины.

Наибольшую ценность армейская служба имеет в сознании у школьников и студентов, поскольку именно они сопоставляют ее с гражданским долгом. Среди работающих и не имеющих работу, армейская служба связана, прежде всего, с потерянными годами. Среди военных только половина ответивших мужчин считают своим долгом службу в армии, остальная часть воспринимает ее, лишь как возможность развития личностных качеств. Высокая значимость воинской службы выявлена у юношей, имеющих среднее образование, которые воспринимают службу в Вооруженных Силах как гражданский долг. Для юношей со средне специальным и незаконченным высшим образованием, армия связана с потерянными годами. Молодые люди с высшим образованием, не имеют единой позиции в определении отношения армейской службы, поскольку определяют ее, как потерянные годы, гражданский долг и, как возможность закалить характер примерно в равной степени.

На мнение юношей, желающих отслужить в армии, на это значительнее всего повлияло семейное воспитание. Среди желающих пройти воинскую службу по контракту выше доля тех, кто указал на сильное влияние информации, размещенной в средствах массовой коммуникации (телевидение, газеты). Среди не желающих служить в армии и уклонистов от воинского призыва основным источником информации о воинской службе и каналом влияния являются СМИ. Таким образом, от того имиджа армии, который демонстрируется на экране и в периодике, во многом, зависит отношение молодежи к воинской службе и степень ее готовности выполнить воинский долг.

Таким образом, выявлен невысокий уровень предвоенной подготовки призывников отражается на его последующей воинской службе, провоцируя неуставные отношения, проблемы контрактной службы. Значительная доля опрошенных утверждают, что только благодаря деятельности государства и руководства воинских частей, возможно, улучшить обстановку в армии и повысить ее престиж, что четко показывает статистические настроения среди молодых россиян. Политика государства должна быть направлена на

повышение уровня военно - патриотического воспитания военнослужащих, внедрение в массовое сознание по каналам СМИ идеологии престижа воинского долга, что будет способствовать увеличению количества юношей готовых пополнить ряды Вооруженных Сил.

*Галиева И.С.*

## **ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ РАБОТНИКОВ**

В настоящее время мировой экономический кризис, считается самой актуальной темой. Он довольно быстро распространился по всей планете, охватывая новые страны и создавая огромное множество проблем в жизни, как государственных деятелей, так и простых людей. Особенность ситуации, которая сложилась в стране, заключается в том, что негативные тенденции, определившие глубину и тяжесть кризиса, стали следствием развития событий в мировой экономике, появилось осознание того, что вхождение в мировую экономическую систему может иметь отрицательные последствия.

Экономический кризис, окутавший Россию на исходе 2008 года, набрал весомый размах и ударил по карманам миллионов жителей страны. Он имеет не только экономические последствия, которые выражаются в снижении уровня производства, падении уровня жизни, росте безработицы, но и социальные – усиление социально-экономической дифференциации общества, рост безработицы, снижение объемов социальной помощи депривированным слоям населения, ухудшение криминогенной обстановки, коррумпированность общества, разрушение системы ценностей.

Исходя из этого, под экономическим кризисом можно понимать процесс нарушения в развитии экономики, характеризующийся падением производства, ростом безработицы, нарушением денежно-кредитных и валютно-финансовых сфер, что приводит к ухудшению социального и физиологического самочувствия населения, криминогенной обстановки, утечке умов, усилению коррумпированности общества, трансформации системы общественных и личных ценностей и поведенческих практик.

Экономический кризис 2008 года имеет ряд характерных особенностей: во-первых, он, отличается беспрецедентной масштабностью, охватывая множество развитых стран и регионов; во-вторых, он носит структурных характер, предполагая изменения структуры мировой экономики и её технологической базы; в-третьих, особенность экономического кризиса заключается в инновационном характере, возникновении и рассмотрении новых инструментов финансового рынка, которые могут создать условия для перспективного роста. Экономические кризисы сопровождаются отрицательными социальными последствиями, что привело к значительным изменениям образа жизни работников.

Особенность образа жизни работников определяется их местом в общественной структуре производства, родом деятельности, социально-демографическими и образовательными характеристиками, уровнем дохода. Иными словами, образ жизни работника отличается многоуровневостью, сложностью и многоаспектностью, и сопрягается с такими личностными параметрами как - нормы, ценностные ориентации, характеризующие межличностное взаимодействие в коллективе. Формированию определённого образа жизни способствуют объективные и субъективные факторы. К объективным факторам относятся содержание, условия и оплата труда, образование и семейное положение. К субъективным факторам, относятся климат в коллективе, мотивы и ценностные ориентации работников. В зависимости от мотивов и ценностных ориентаций, определена типология работников. 1. «Материалист» - работник ценящий высокий заработок. 2. «Профессионал» - работник, нацеленный на реализацию своих знаний и умений, стремящийся продвинуться по карьерной лестнице. 3. «Патриот» - работники, преданные своему делу, стремящиеся качественно выполнять свою работу из высоких моральных побуждений, ценящий результативность дела. 4. «Балласт»- работник со слабой мотивацией и низкой квалификацией, не стремящийся к личной инициативе.

В ходе исследования было выявлено, что группы людей, различающиеся по социально-демографическим характеристикам, воспринимают экономический кризис по-разному. В большей степени влияние экономического кризиса почувствовали на себе мужчины. У большинства, ухудшилось состояние здоровья (66%), так же было выявлено, что они чаще сталкиваются с конфликтами в семье (82,9%). По сравнению с женщинами, они менее активны, в поисках дополнительных заработков и более болезненно воспринимают кризис.

Так же было выявлено, что люди разных возрастов по-разному воспринимают экономический кризис. Более болезненно его переживают люди среднего возраста. Хотелось, так же обратить внимание на разное отношение к экономическому кризису, людей относящихся к разным трудовым категориям: тяжелее кризис переносят производственные рабочие и специалисты, что касается руководителей и вспомогательных рабочих, они так же столкнулись с изменениями, но в незначительной степени.

Обобщая получены результаты исследования, можно с уверенностью утверждать, что кризис в значительной степени повлиял на образ жизни работников. В результате экономического кризиса на предприятиях происходит введение неполного рабочего дня и неполной рабочей недели, что приводит сокращению заработных выплат. Так же происходит отправка работников в вынужденный отпуск, отмена премий и бонусов, в результате этого, изменению подверглись все параметры образа жизни работников. У каждого шестого работника отношения в коллективе стали напряжённее. Недоверие к руководству предприятия появилось у 43,3% работников.

В результате ухудшения материального положения, работники вынуждены искать дополнительные заработки, что сопровождается переутомлениями и

стрессами. Экономический кризис повлиял и на покупательскую способность работников, они стали экономить на многих товарах, переходить на более дешёвые продукты питания. Большинство работников ограничивают себя в покупках товаров длительного пользования: отказались от покупки цифровой и бытовой техники, от отделочных материалов, от покупки автомобиля. Работникам пришлось отказаться туристических услуг от спортивных, от платного образования для взрослых, от медицинских услуг, салонов красоты, питание в ресторанах, фаст-фудах. 41,1% опрошенных утверждают, что за последнее время под влиянием кризиса отношения в их семьях ухудшились; 35,8% полагают, что их семья стала сплоченнее и дружнее. Отношения стали лучше в основном в многодетных семьях.

В условиях кризиса кредитная способность работников значительно понизилась. Было установлено, что 34% опрошенных стали чаще покупать алкогольные напитки и 25% табачную продукцию. У каждого пятого работника ухудшилось состояние здоровья из-за переутомления по ходу дополнительных приработков, из-за ухудшения условий труда, отсутствия возможности покупать дорогостоящие лекарства, постоянного стресса.

Значительная изменения политической активности под влиянием кризиса наблюдаются у работников старшей и младшей возрастной категории. Представители младшего возраста стали активнее интересоваться политикой, в отличие от старшей возрастной категории. Работники в большей степени удовлетворены антикризисными мерами руководства предприятия, чем правительства, т.к. воспринимают их абстрактно, ибо они в основном направлены на поддержание населения находящегося в зоне риска. Влияние этих мер непосредственно на работников проявляется через конкретную социальную поддержку со стороны руководства предприятия.

Наиболее эффективными антикризисными мерами правительства работники считают создание временных рабочих мест; обучение, профессиональную подготовку, переподготовку и повышение квалификации; материальную поддержку на предпринимательскую инициативу. Наиболее эффективными мерами, предпринятыми руководством предприятия, по их мнению, являются: временное ограничение приёма работников и сокращение вакансий; переобучение и повышение квалификации работников; отказ от применения на определённый период времени сверхурочных работ и работ на выходные и праздничные нерабочие дни респондентов.

*Коновалова Н.Г.*

## **ОСНОВНЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ КОНСТРУКЦИИ ИЗУЧЕНИЯ КРЕАТИВНОСТИ В СОЦИОЛОГИИ**

Как в настоящем, так и в прошлых столетиях творческая активность человека несёт в себе не просто его личностное развитие, но и прогресс, создаёт

культуру всего человечества в целом. Термин «творчество» указывает, и на деятельность личности, и на созданные ею ценности, которые из фактов ее персональной судьбы становятся фактами культуры. Творчество - это, прежде всего отображение сущности человека, его отношения к окружающему миру, его желания, мечты, чувства, которые и двигают человечество вперед ни смотря, ни на что. В основе творчества лежит открытость к возможностям мира. Творчески направленная личность более открыта для получения внешней информации, она переживает проблемы мира, как свои, её энергия не терпит смирения, ищет выход, пути решения.

Понятие «креативность» оказалось в научном лексиконе только с 50-х годов XX века с «легкой руки и в переводе с английского языка означает — создавать, творить. Однако, следует отметить, что понятия «креативность» и «творчество» все же не идентичны[1]. Творчество - деятельность, результатом которой является создание новых материальных и духовных ценностей. Понятие «творчество» предполагает не только и не столько особый процесс, сколько результат специфическим образом организованного восприятия, переработки и воспроизведения различных сторон объективной реальности. Иными словами, термин «творчество» выходит за пределы сферы личности и ориентирован на деятельность и ее результат. Когда мы говорим о креативности, мы имеем в виду процесс субъективного познания индивидом смысла объективной реальности. Иными словами, понятие «креативность» более ориентировано на личность.

Результатом креативного процесса является само формирование личности, человеческой индивидуальности. Однако проявляется креативность во внешней социальной среде через деятельность и ее результаты. Будучи по своей сущности культурно-историческим явлением, креативность имеет личностный и процессуальный аспекты. Оно предполагает наличие у личности способностей, мотивов, знаний и умений, благодаря которым создается продукт, отличающийся новизной, оригинальностью, уникальностью. Изучение этих свойств личности выявило важную роль воображения, интуиции, неосознаваемых компонентов умственной активности, а также потребности личности в самоактуализации, в раскрытии и расширении своих созидательных возможностей[2]. Таким образом, по смыслу творчество и креативность скорее совпадают, чем различаются. Поэтому их можно использовать как синонимы.

Специальным исследованиям в области креативности, предшествовали многолетние изучения интеллектуальной и творческой деятельности человека в работах многих философов, социологов, искусствоведов, писателей. Сегодня библиографии, опубликованной фондом творческого образования (Creative Educational Foundation) уже перечисляется 4176 работ о креативности, из них 3000 вышли после 50-х годов[3]. Первоначально креативность рассматривалась как функция интеллекта, и уровень развития интеллекта отождествлялся с уровнем креативности[4]. В данном ключе в поле внимания мыслителей попало близкое понятие гениальности. Философы античности понимали гениальность как нечеловеческое качество, как божественную одаренность (от латинского «genius» — «дух»), а гения — как человеческое воплощение этой божественной



силы. Понятие гения стало привычным и общераспространенным в эпоху Возрождения[5] и распространилось и на религиозную, научную, политическую, военную виды деятельности. В 1869 году Гальтон в своей монографии «Наследственный гений» попытался научно доказать мысль о генетической обусловленности гениальности. Ломброзо находил основное физиологическое отличие гениального человека от обыкновенного в утонченной и почти болезненной впечатлительности первого[6]. Рибо. Кречмер также считал, что одаренные, креативные личности являются результатом «соответствующего подбора в небольшом кругу более или менее кастовых семейств, в профессиональных и сословных кругах... и очень редко возникает при случайной наследственности «в браке без выбора — прямо из народа»[7].

Креативность зависит как от биологических, так и от социальных факторов. К биологическим факторам формирования субъективной деятельности еще Г. К. Ушаков относил наследственно обусловленные физиологические структуры организма, которые, в свою очередь, становятся основой формирования как субъективного образа реальности, отношения человека к другим людям и обстоятельствам[8].

Сирил Берл на основании своих наблюдений утверждал, что относительная роль наследственности в интеллекте составляет 80 процентов, а окружающей среды — только 20 процентов. В конце 70-х годов появилась знаменитая статья Йенсена, в которой автор утверждал, что различия в интеллекте являются в основном врожденными[9]. З. Фрейд объяснял креативную деятельность «прибавками энергии со стороны сексуального влечения в нашей душевной деятельности»[10]. Карл Роджерс предложил концепцию о врожденном стремлении к самоактуализации[11]. В 1939 году Векслер, используя подобные подходы, создал первую шкалу интеллекта для взрослых. Он считал, что «интеллект — это глобальная способность разумно действовать, рационально мыслить и хорошо справляться с жизненными обстоятельствами», т.е., короче говоря, «успешно меряться силами с окружающим миром» [12]. Важным шагом в изучении креативности стали попытки Спирмена ее структуризации и выделения двух основных моментов: различие в общей одаренности и быстрота перехода от одной деятельности к другой, легкость восстановления после определенной деятельности[13].

Кэттэлл[14] уже в 70-х годах нашего столетия выделил в интеллекте два других компонента. Первый - «кристаллизованный» интеллект - наиболее значимо развертывается в познавательных задачах, требующих уже сформировавшихся умственных навыков. Он образуется в процессе решения проблем и требует развития одних способностей за счет других, а также приобретения конкретных навыков. Второй - «текущий» интеллект - это совокупность врожденных способностей, которые используются индивидуумом для решения проблем адаптации к окружающей среде. Он носит потенциальный характер и проявляется в задачах совершенно новых, где результат прошлого опыта уже не играет решающей роли. Очевидно, что в процессе познавательного развития личности соотношение между этими двумя факторами меняется. «Текущий» интеллект в процессе ассимиляции

окружающей реальности переходит в «кристаллизованный» и соответственно падает способность самой ассимиляции.

В 80-х годах другой известный американский психолог Хебб с несколько иных позиций выдвигает представление о двух типах интеллекта. Первый - наследственный потенциал, которым человек обладает с момента зачатия и который служит основой для развития интеллектуальных способностей личности в целом. Второй - формируется в результате взаимодействия потенциального интеллекта с окружающей средой[15].

Особый интерес в плане изучения креативной личности имеют описанные Гилфордом два типа мышления: конвергентное и дивергентное. Первый тип характеризуется тем, что человек пытается использовать для решения задач имеющийся опыт, путем перебора схожих ситуаций и логического размышления. При этом все усилия концентрируются на поиске единственно верного решения. Для другого типа поиска решения характерен так называемый «веерообразный» поиск по всем направлениям, часто приводящий к оригинальным решениям — это дивергентный тип мышления. В принципе, Гилфорд считал, что все интеллектуальные способности в какой-то мере являются творческими, но наибольшее отношение к творчеству имеет способность к дивергентному мышлению. Такие люди очень любят комбинировать различные элементы и создавать из них новые[16].

Использование лонгитюдного метода обследования лиц с высоким интеллектуальным коэффициентом, полученным с помощью классических интеллектуальных тестов, показало что кэттелловское колоколообразное разделение всех людей на «средних», «отсталых» и «сверходаренных» практически ничего не говорит о их реальных интеллектуальных достижениях[17]. Термен и его сотрудники по результатам тестирования выяснили, что уровень интеллекта коррелирует с креативностью до определенного предела. Слишком высокий интеллект препятствует креативности[18]. С этого периода ученые стали больше внимание уделять характеристикам пластичности, подвижности и оригинальности мышления. Более того, пришло понимание: для изучения истоков творческой деятельности необходимо оценивать не только и даже не столько необходимый для этой деятельности базовый уровень интеллекта, сколько личность человека и пути ее формирования.

Исследования Термена были продолжены Гетцельсом и Джексоном, которые решили установить соотношение между интеллектом, измеряемым с помощью коэффициента IQ и творческими способностями. На основании своих экспериментов Гетцельс и Джексон пришли к однозначному заключению, что творческий потенциал человека не тождественен его интеллектуальным способностям и существующие интеллектуальные тесты практически не позволяют диагностировать эту характеристику[19]. Жо Годфруа указывал, что наибольшую роль в развитии представления об «одаренных» личностях сыграли два направления исследований: это исследование способности студентов решать необычные, нестандартные задачи, проведенное в 40-х годах,

немецким психологом Карлом Дункером и выделение дивергентного мышления в расширенной концепции интеллекта Гилфорда[20].

Основная заслуга в изучении креативности принадлежит американскому исследователю Торренсу[21]. Он определял креативность как возникновение чувствительности к проблемам, недостаткам, провалам в знаниях, отсутствующим элементам, дисгармонии, несообразности и т.п; фиксации этих проблем; поиска их решения, выдвижение гипотез; и, наконец, формулирование решения. Он рассмотрел этот процесс как естественный, который порождается сильной потребностью человека в снятии напряжения, возникающего в ситуации неопределенности или незавершенности, и как врожденную личностную характеристику, определяющую своеобразие личности на протяжении всей жизни. Торренс очень близко подошел к пониманию роли мотивации креативной деятельности.

В России послеоктябрьского периода исследованиям креативности уделялось сравнительно мало внимания. И этому было много причин, к сожалению, преимущественно идеологического характера. Классик отечественной психологии Выготский Л.С выдвинул концепцию зоны ближайшего развития и экспериментально доказал, что, несмотря на одинаковый уровень актуального развития у детей одного и того же возраста, зона ближайшего развития, то есть та граница сложности деятельности, которую достигают дети при работе под руководством взрослого, существенно отличается у разных детей[22].

Исследования не только креативности, но и индивидуальной обусловленности личности, несмотря на фундаментальные исследования школы Бехтерева, Павлова, в России, можно сказать, заново начаты Голубевой, Русалова, Равич-Щербо[23]. Только в последнее десятилетие ученые обратились к прикладным исследованиям креативности. В этом отношении показательна монография Грановской Р. М. и Крижанской Ю. С. «Творчество и преодоление стереотипов»[24]. Креативность стала рассматриваться как уровень творческой одаренности, способности к творчеству, составляющий относительно устойчивую характеристику личности[25]. В настоящее время креативность рассматривается как несводимая к интеллекту функция целостной личности, зависящая от целого комплекса ее психологических характеристик[26]. Соответственно, центральное направление в изучении креативности - выявление личностных качеств, с которыми она связана.

Характерный признак одаренности, по мнению В. Н. Мясищева, заключается именно в «опережении человеком предъявляемых к нему требований непосредственной узкой среды»[27]. Прimitивная личность усваивает ту часть социальной системы, которая необходима ей для более или менее успешной социальной адаптации и в значительной степени равна этой среде, или меньше ее. Креативная личность в силу того, что творческий потенциал, а следовательно и потребность в информационном поглощении у нее значительно превышает те, которые может предоставить ей общество в готовом виде, в определенный момент может перерасти любое общество, опередить его развитие.

Современное понимание креативной личности предполагает такие характеристики как активность, созидательность, новизна, информированность оригинальная перестройка имеющейся информации, эстетичность, практичность, эффективное использование ассоциативных бессознательных аналогий. Особые свойства креативной личности предполагают особый способ восприятия и преломления объективной реальности, особенность личностного функционирования, связанного со способностью глубже мыслить, глубже вникать, глубже смотреть, гибче действовать, сильная мотивация и настойчивость в решении поставленной проблемы. Чтобы понять сущность креативности, необходимо учитывать что человек не просто отражает объективную реальность, он ассимилирует ее в процессе созревания в той мере, в какой ему позволяют это его познавательные способности. Креативная личность со своим богатым, автономным и самодостаточным духовным миром, может ассимилировать неограниченное количество смысловых констант и социальных систем, она интернациональна и космополитична, способна адаптироваться в любых, самых сложных условиях.

#### ПРИМЕЧАНИЯ

1. Вагин Ю. Креативные и примитивные. Основы онтогенетической персонологии и психопатологии: г. Пермь, - 2002. С. 133
2. Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А.В Петровского, М.Г. Ярошевского. - Ростов н/Д.: Феникс, 1999. - С.380.
3. Вагин Ю. Креативные и примитивные. С. 240.
4. Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А.В Петровского, М.Г. Ярошевского. - Ростов н/Д.: Феникс, 1999. - С.173
5. Голубева Э.А. Некоторые направления и перспективы исследований природных основ индивидуальных различий. // Вопр. психол., 1983. № 3. С. 16-28.
6. Кон И. С. Позитивизм в социологии. Л., 1964. С 85-87, 89.
7. Цит. по: Дорфман Л.Я., Ковалева Г.В. Основные направления исследований креативности в науке и искусстве за рубежом // <http://www.voppsy.ru/journals.htm>
8. Ушаков Г.К. Этология и персонология //Сб. трудов XIX — XX, посвящ. 70-летию акад. А.Д.Зурабашвили. Тбилиси, 1974. С. 89 — 92.
9. Вагин Ю. Креативные и примитивные. С. 224.
10. Фрейд З. Психология бессознательного. Новосибирск. 1997. С. 263 – 264.
11. Роджерс, К. Творчество как усиление себя // Вопросы психологии. 1990. № 2. С.41-47.
12. Вагин Ю. Креативные и примитивные. С. 244.
13. Цит. по: Запорожец А.В. Условия и движущие причины психического развития ребенка //Хрестоматия по возрастной психологии. — М.: Международная педагогическая академия, 1994.
14. Холл К. С., Линдсей Г. Теории личности /Пер. И.Б. Гриншпун М. 2005. С. 212.

15. Вагин Ю. Креативные и примитивные. С. 242.
16. Вагин Ю. Креативные и примитивные. С. 248.
17. Холл К. С., Линдсей Г.. Теории личности ... С. 154.
18. Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А.В Петровского, М.Г. Ярошевского. - Ростов н/Д.: Феникс, 1999. - С.173
19. Холл К. С., Линдсей Г.. Теории личности ... С. 148.
20. Вагин Ю. Креативные и примитивные. С. 246.
21. Холл К. С., Линдсей Г.. Теории личности ... С. 157-158.
22. Выготский Л.С. Развитие высших психических функций. М. 1997. С.51.
23. Фролькис В.В. Старение и увеличение продолжительности жизни. — Л.: Наука, 1988. С.59.
24. Грановская Р.М., Крижанская Ю.С. Творчество и преодоление стереотипов. СПб, 1994.
25. Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А.В Петровского, М.Г. Ярошевского. - Ростов н/Д.: Феникс, 1999. - С.173
26. Краткий психологический словарь / Под общ. ред. А.В Петровского, М.Г. Ярошевского. - Ростов н/Д.: Феникс, 1999. - С.173
27. Мясищев В.Н. Психология отношений. — Воронеж, 1995. С.193.

*Перминова М.С.*

### **ВЛИЯНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРЕСТИЖА ПРОФЕССИЙ НА СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ МОБИЛЬНОСТЬ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ**

Развитие человеческих ресурсов и подготовка квалифицированных кадров имеют ключевое значение для подъема экономики России и ее интеграции в мировое экономическое пространство. Рыночная экономика предъявляет повышенные требования к качеству рабочей силы, ее образовательному, профессиональному и квалификационному уровню, социальной мобильности. В последние годы в связи со структурными преобразованиями современного российского общества обострилось противоречие между потребностями рынка труда в рабочих и специалистах и перепроизводством кадров, в которых экономика регионов не нуждается. Устойчивый интерес к услугам учреждений высшего профессионального образования объясняется тем, что в обществе существует социальный стереотип ценности высшего образования как условия устойчивого социального положения индивида в обществе, сформированный у старшего поколения.

В то же время необходимо отметить, что динамика популярности высшего образования в нашей стране представляется достаточно интересной. Так, в исследованиях Р. Г. Гуровой отмечается, что если в 1960-е годы лишь 40 – 45 % выпускников общеобразовательных школ стремились получить

высшее образование, то в 1970-е годы эта цифра достигла уже 67 % [1]. В период с 1988 по 1994 годы доля учащихся с установкой на получение высшего профессионального образования снизилась с 58 % до 24 % [2]. В 1995 году М. Н. Руткевич в своей работе, посвященной изучению выбора жизненного пути выпускниками основной школы, отметил, что 2/3 опрошенных выразили намерение поступать в вузы [3]. Приоритетным направлением самоопределения для 86,5 % учащихся 11-х классов средних школ по результатам исследования за 1996 год являются вузы [4]. Студентами высших учебных заведений хотели бы себя видеть 84,4 % респондентов в исследовании 1998 года [5]. Данные за 2000 – 2002 годы, полученные Н. В. Темеревой, свидетельствуют о динамике возрастания потенциальных абитуриентов среди выпускников общеобразовательных школ, где высшее образование собираются получать 91,4 % выпускников [6].

Выбирая профессию, молодой человек выбирает вид деятельности и соответствующий образ жизни, социально-профессиональную группу, форму реализации своих интересов и способностей. Исходя из престижа профессий, индивид выбирает образовательное учреждение, не задумываясь порой об анализе реальной ситуации на современном рынке труда и перспективе реального трудоустройства по будущей профессии. И как следствие проблема трудоустройства осложняется несоответствием объемов и профилей подготовки кадров потребностям экономики регионов и завышенным выпуском специалистов по «модным» профессиям в ущерб подготовке кадров для возрождающейся промышленности, социальной сферы и новых рыночных отношений.

Несоответствие между потребностями рынка труда и деятельностью системы образования обусловлено, прежде всего, стремительной сменой экономической модели, при этом образование как значительно более консервативная сфера не может успеть за происходящими изменениями. В последние годы разрыв скорости перемен (рынка труда и профессионального образования) стал увеличиваться. Кроме того, высшая школа в общем и целом оказалась не готова к буму высшего образования – ни организационно, ни технологически, ни в кадровом отношении, ни в ресурсном. Соответственно, качество этого образования стало падать, особенно в некоторых секторах образовательной системы (сектор юридического, экономического и управленческого образования в непрофильных вузах, в некоторых сегментах сектора инженерного и медицинского образования и т.п.). Одновременно стал расти разрыв между престижным и массовым образованием, к чему российское общество по большей части оказалось не готово.

Однако, в то же время с рынка труда поступают достаточно явные сигналы, стимулирующие и определяющие поведение настоящих и потенциальных работников. Высшее образование в настоящее время воспринимается как императивное требование работодателя, как необходимое, но недостаточное условие получения рабочего места в эффективном сегменте рынка труда. Часто высшее образование, даже в тех сегментах, которые ранее его не требовали, должно быть подкреплено дополнительным образованием, направленным на

углубление или специализацию знаний и умений. Существующая в России до сих пор закрытость трудовой сферы порождает определенные мифы, существенно деформирующие трудовые и образовательные стратегии населения, с одной стороны, и снижающие эффективность работы трудовых коллективов, с другой стороны, вследствие того, что работодатель не получает на рынке труда того работника, который ему нужен, и вынужден поэтому инвестировать средства в его переучивание, которое далеко не всегда приносит ожидаемые результаты.

Данные региональных служб занятости свидетельствуют, что в общем объеме предложения рабочей силы доля выпускников образовательных учреждений ежегодно составляет 15-20 % [7]. Основными причинами, сдерживающими эффективное трудоустройство молодых специалистов можно назвать следующие:

1. низкая конкурентоспособность выпускников в силу отсутствия у большинства из них опыта работы и необходимых навыков самоопределения на рынке труда;
2. несоответствие профессионально-квалификационной структуры выпускников потребностям экономики и структуре имеющихся вакансий;
3. отсутствие механизма, обеспечивающего взаимосвязь между рынком труда и рынком образовательных услуг;
4. отсутствие вакансий для выпускников вузов с высокой квалификацией, а также без опыта трудовой деятельности;
5. трудовая мотивация выпускников еще не сформирована и часто они отдают предпочтение высокооплачиваемой и престижной работе.

Проведенный социологический опрос среди безработных выпускников вузов г. Саратова показал, что каждый пятый безработный выпускник имеет специальность бухгалтера или экономиста, большую часть составляют молодые люди, имеющие дипломы Саратовского государственного университета, технического университета, социально – экономической университета, гендерный состав безработных выпускников идентичен составу безработных, зарегистрированных в службе занятости: 84,0% составляют женщины, основная часть выпускников (83,8%) принадлежит к семьям с низким достатком, в которых среднедушевой доход ниже величины прожиточного минимума, степень удовлетворенности полученной специальностью, желания получить дополнительные трудовые навыки, готовности к переобучению, к менее квалифицированному труду зависит от длительности безработицы, основная часть безработных выпускников считает целесообразным заключение целевых контрактов с профессиональными учебными заведениями по подготовке специалистов, только 10 % опрошенных выпускников предпочитают свободно трудоустройство, степень информированности выпускников о ситуации на рынке труда зависит от продолжительности их зарегистрированной безработицы, на протяжении которой с ними занимаются специалисты службы занятости, каждый пятый безработный выпускник отметил, что нуждается в психологической поддержке, т.к. считает, что находится в состоянии

психологического стресса, каждый третий нуждается в освоении технологии самопрезентации и услугах специалиста по построению профессиональной карьеры, факторы жизненного успеха различаются по гендерному признаку, тем не менее общим для всех является стремление к материальному благосостоянию, иметь свой дом и хорошую семью, интересную работу, хорошее здоровье, вузовские структуры, включая агентства по трудоустройству, по мнению безработных выпускников не оказывают заметного влияния на проблему занятости студенческой и поствузовской молодежи, основная часть безработных выпускников считает, что главной целью таких структур должно быть содействие в трудоустройстве, в противном случае целесообразность их существования является спорной [8]. Данное социологическое исследование выявило существование серьезных противоречий на рынке труда молодых специалистов. Это противоречия между социальными, профессиональными ориентациями вузовской молодежи и реальными потребностями предприятий, организаций и фирм в рабочей силе, существующей системой вузовской подготовки, реальным содержанием будущей профессиональной деятельности и ожиданиями работодателей, теоретической подготовкой выпускников и слабыми практическими навыками и умениями использования знаний.

В качестве средств повышения конкурентоспособности выпускников вузов, активизации процесса профессионального самоопределения и оптимизации их трудоустройства можно выделить:

1. профориентация выпускников средних школ,
2. информирование как школьников и их родителей, так и выпускников вузов о востребованности тех или иных специальностей на рынке труда,
3. психологическая поддержка, а также обучение навыкам составления резюме и ведения переговоров с работодателем.

Трудоустройство выпускников ВУЗов, а также эффективность обучения и качество подготовки специалистов в значительной степени определяются не только текущей ситуацией на рынке труда, но и планами на будущее, на среднесрочную перспективу. Решение проблемы трудоустройства выпускников учреждений профессионального образования, особенно вузов в значительной степени определяется тем, насколько адекватно прогнозируемым потребностям рынка труда ориентированы учащиеся средних школ.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Гурова Р. Г. Выпускник средней школы: Опыт сравнительного социолого-педагогического исследования. М., 1977.
2. По результатам межвузовской программы «Общественное мнение» (руководитель А. А. Овсянников). Источник: Социология в России / Под ред. В. А. Ядова. М., 1998. С. 275.
3. Руткевич М. Н., Потапов В. Н. После школы: социально-профессиональные ориентации молодежи. М., 1995.



4. Шереги Ф. Э., Харчева В. Г., Сериков В. В. Социология образования: прикладной аспект. М., 1997.
5. Чередниченко Г. А. Личные планы выпускников средних учебных заведений (сравнительный анализ) // Социологические исследования. 2001. № 12. С. 108 – 115.
6. Темерева Н. В. Профессионально-образовательная ориентация современной российской молодежи // Поколенческая организация современного российского общества (специфика современных межпоколенческих отношений): Коллективная монография / Под ред. Г. В. Дыльнова и Н. В. Шахматовой. Саратов, 2003. С. 172 – 173.
7. Назарова И.Б. Преподаватели экономических дисциплин: профессиональный потенциал, особенности занятости и трудовой мотивации. М., 2005.
8. Повышение эффективности системы содействия трудоустройству и адаптации к условиям рынка труда выпускников учреждений профессионального образования. М., 2003. С. 17.
9. Банк данных свободных рабочих мест Саратовской области Департамента ФГСЗН по Саратовской области за 2007 год.

*Щербакова О.Ю.*

### **ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА, ЕГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С РЫНКОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ Г. ТОЛЬЯТТИ)**

Город Тольятти к концу 20 века имел статус промышленного города, основу которого составляло градообразующее предприятие «АВТОВАЗ». Данный статус поддерживал и ряд других промышленных предприятий, таких, как «Тольяттиазот», «Тольяттикаучук», «ВолгоЦемМаш», «Куйбышевская ГЭС» и др. Таким образом, формирующийся рынок труда города изначально принял на себя функции основного управленца-регулятора движения взаимоотношений спроса и предложения, где основной поток спроса составляла рабочая сила. Наследие плановой экономики оказалось серьезным бременем для только еще зарождавшегося рынка, поскольку предполагало диспропорцию в распределении рабочей силы, которая усугублялась спадом промышленного производства. Требования промышленного города стимулировали в советский и ранний постсоветский период подготовку специалистов инженерных специальностей, остальные же профессии выполняли сопутствующую и поддерживающую роль. Обеспечением данного потока по инженерным специальностям, а также кадров в подготовке для обучения новой рабочей силы занимался Тольяттинский политехнический институт, рабочую силу ему поставляли ссузы и др.

Новые социально-экономические условия страны значительно отразились на работе промышленных предприятий, а, следовательно, и на рынке труда. Сбой в работе производства продемонстрировал слабые стороны прежней системы рынка труда промышленного города. Для города с населением более 700 тыс. человек, миграция не могла стать единственным способом регулирования потоков рабочей силы на региональном рынке труда, как, например, это происходит в промышленных городах поселкового типа. Невозможность занятия значительной части трудоспособного населения в промышленном секторе привела к необходимости решения данной проблемы за счет насыщения экономики новыми секторами, которые бы обеспечивали рынок новыми рабочими местами. Требовалось перераспределение социально-экономических потоков.

Эту сложную задачу взял на себя единственный на тот момент вуз города – ТПИ, который был преобразован в Тольяттинский государственный университет. Его целью стало не только повышение и расширение спектра предлагаемых знаний, что должно было привести к расширению спектра специальностей и будущих профессий. В ситуации надвигающегося кризиса и отсутствия стратегического планирования вуз заявил о своей градообразующей миссии, благодаря которой был намерен выполнить задачу «переустройства выбранного пространства (города) с целью формирования его конкурентоспособности в его объемлющих структурах, таких как регион, страна, мир». Первым шагом стало появление в образовательном секторе нового для города гуманитарного направления, что создало предпосылки для расширения условий и выбора работы на рынке труда. Но, наш взгляд, такой неординарный ход не мог полностью решить проблему занятости населения промышленного города. Прежде всего, это обусловлено следующими причинами: во-первых, изначально инфраструктура города сложилась с ориентацией на промышленность, во-вторых, предложение на рынке труда начало формироваться раньше, чем спрос работодателей, что привело к проблеме отставания в диверсификации рынка, в-третьих, тот баланс, к которому стремился город, фактически был разрушен наступившим кризисом. Проведенный нами пилотный опрос среди выпускников этого года во время городской ярмарки вакансий показывает, что к выпускникам прошлого года, не нашедших рабочих мест, фактически присоединяются выпускники следующего года, которые уже сегодня заняты поисками работы и имеют негативные прогнозы. Отмеченную ситуацию осложняет тот факт, что к ним присоединился тот пласт рабочей силы, который был сокращен во время кризиса, что предельно обостряет конкуренцию на рынке труда.

Пытаясь решить сложную проблему, университет по сути дела взял на себя обязанности и функции администрации города, опережая на несколько лет готовность города к перераспределению сил на рынке труда. Несомненно, что в этом определенную роль сыграли и работодатели, которые до последнего времени эксплуатировали экономические возможности «АВТОВАЗА» вместо расширения спектра производства и своевременно не перестроились на другие специальности, не заявили о новых потребностях на рынке. Так, например,

опрос, проведенный в 2006 году специалистами ТГУ, выявил, что уровень спроса у работодателей на технические специальности ощутимо снизился с 71% в 2002 г. до 59% в 2006г. Второе место по потребностям в кадрах составили гуманитарные специальности и сферы услуг – по 20%, третье место заняли экономические специальности – 15%, и четвертое место принадлежит естественно - научным специальностям – 11%. Доля предприятий, на которые требуются именно специалисты по гуманитарным специальностям, выросла на 12% в сравнении с показателями двухлетней давности, что показывает процесс интуитивного стремления населения города занять новые ниши на рынке труда еще до наступления кризиса. В данной ситуации требовалась высокая мобильность от работодателей, которые оказались к этому не готовы. Это объясняется тем, что отношения между образовательными заведениями и работодателями были преимущественно опосредованными. На наш взгляд, это обусловлено несколькими причинами: во-первых, мы считаем, что относительное благополучие на рынке труда в Тольятти, основанное на АВТОВАЗе, сформировало стереотип предсказуемости процессов на рынке рабочей силы, не подготовило предпринимателей к оперативному реагированию и учету данных научных прогнозов, в том числе социологических. Во-вторых, сами вузы зачастую занимают пассивную позицию по продвижению информации о планах подготовки новых специальностей. В-третьих, у работодателей спрос на кадры носит текущий характер, тогда как вузы планируют учебный процесс, а, следовательно, и выпуск по специальностям с учетом на 5 – 10 лет.

Текущие тенденции в перераспределении направлений деятельности на рынке труда были выявлены и в студенческой среде на основе проведенного социологического опроса в 2006 году. Судя по его результатам, выросла доля студентов, ориентированных на создание своего собственного бизнеса – 19% (тогда как в 2002 г. всего составлял 14%), на работу по найму в малом и среднем бизнесе, в сфере консалтинга и инжиниринга составил 10%. Очевидное снижение в интересе к работе на «АВТОВАЗе» (28% - 2002г, 16% -2006г.) и в малом и среднем бизнесе в сфере производства (с 18% до 11%). Часть студентов высказала готовность к мобильным переменам на рынке труда: 58% готовы допустить смену специальности в случае неудачи с трудоустройством, 34% опрошенных планировали работать только по получаемой специальности, и лишь 9% категорически не настроены работать по специальности в соответствие с дипломом.

Если сравнивать мотивации выбора обучения по специальности у представителей молодежи с возрастной разницей в 2-3 года, то опрос (2008г.) среди абитуриентов технических специальностей и среди школьников 9-11-х классов г.о.Тольятти показал, что абитуриенты по окончании учебы ожидают, что они станут квалифицированными специалистами, тогда как школьники ожидают только приобретение высокооплачиваемой работы. В соответствии с этими планами школьники преимущественно выбирают профессии, связанные с такими направлениями деятельности, как экономическое – 27.58%, гуманитарное – 18.77%, сервисное – 11.11%, естественнонаучное – 9.58%;

автомеханическое – 9.20% и т.д. Таким образом, очевидно преобладание прагматических настроений, связанных с материальным благополучием, а не личностной самореализацией.

Нами выявлена еще одна намечающаяся тенденция в ходе опроса старшеклассников отмечен количественный перевес респондентов женского пола, что позволяет сделать предположение о возможном возрастании в ближайшем будущем спроса на так называемые «женские» профессии. На наш взгляд, это приведет к усилению ранее упоминаемого спада спроса на технические специальности, во-вторых, это предвещает изменения на рынке труда не только в связи с экономическим кризисом и промышленным спадом, но и продиктованными гендерными тенденциями и особенностями демографической ситуации региона.

*Филимонова М.А*

## **СТАТИСТИЧЕСКАЯ ТРАДИЦИЯ ИЗУЧЕНИЯ ДОМОХОЗЯЙСТВ В РОССИИ**

Интерес к изучению домохозяйств как важнейшей социально-экономической единицы значительно возрос в последние десятилетия. При этом, сложность изучения понятия домохозяйства заключается в его междисциплинарном характере. Являясь объектом изучения статистики, экономической теории, социологии, а также истории и антропологии, понятие «домохозяйство» при этом зачастую отождествляется с понятием «семья». При этом, следует отметить, что данные два понятия хотя и близки по своей этимологии являются разными объектами социально-исторического, демографического и экономического анализа.

Первоначально понятие «домохозяйство», а точнее сказать «дым» применялось как окладная единица. Еще в летописях говорится о том, что дань с покоренных народов взималась именно с «дыма» («вдоша от дыма мечь», «по белой веверице от дыму»). Помимо этого выразителем отдельного домохозяйства стали также тождественные окладные единицы рало или соха и человек (домохозяин). Позже (в XIV—XVI в.) понятие «соха» объединяет несколько домохозяйств, но продолжают существовать и сборы с дыма. В некоторых древних источниках упоминаются «подымные» и «поворотные» (с ворот) сборы.

Дым как единица обложения просуществовал в податной системе Закавказья с 1836 года до начала XX века. Причем именно здесь было определено, что «податным (камеральным) дымом именуется семейство, доколе, жительствуя совокупно, имеет общее нераздельное имущество и хозяйство»[1].

Домохозяйство до Октябрьской революции также использовалось как единица исчисления при переписях населения. После революции было принято

понятие «семья», которая являлась единицей учета в государственной статистике.

Лишь в 1989 году, когда вновь сформировавшиеся формы жизнедеятельности, совместной жизни и ведения общего хозяйства, вышли за пределы семейной организации, российская статистика столкнулась с проблемой размежевания понятий «семья» и «домохозяйство».

Так, в переписях населения СССР семья определялась как «группа из двух и более лиц, связанных отношениями родства или свойства, совместно проживающих и имеющих общий бюджет»[2]. Люди, живущие вне семьи, подразделялись на две категории - одиночек и лиц, живущих отдельно от своих семей. Различие между ними зависело от наличия регулярной материальной связи с кем-либо из своих родственников. Имеющие такую связь считались членами семей, проживающими отдельно, не имеющие ее - одиночками.

Такое деление было введено при переписи населения 1939 г., но не давало возможности выделить в материалах переписи категорию так называемого институционального населения. Смешивались и не могли быть разделены две совершенно различные категории людей: живущие самостоятельно, образуя домохозяйства из одного человека, и лица, постоянно проживающие совместно, но не ведущие общего хозяйства и не связанные родственными связями, а находящиеся на полном или частичном обеспечении государства, общественных или религиозных организаций (т.е. в таких учреждениях как дома для престарелых, дома для инвалидов, детские дома, больницы для хроников, монастыри, казармы, пенитенциарные и тому подобные учреждения).

В России, начиная с микропереписи 1994 г., статистика перешла на критерии и определения, соответствующие международным рекомендациям, в частности на общепринятое в мировой практике определение домохозяйства[3]. С этого периода «домохозяйством» считается:

а) два человека и более, проживающие постоянно в жилом помещении (квартире, многоквартирном доме, комнате и др.) или части жилого помещения, и совместно обеспечивающие себя пищей и всем необходимым для жизни, ведущие общее хозяйство, то есть полностью или частично объединяющие или расходующие свои средства;

б) один человек, постоянно проживающий в жилом помещении или части жилого помещения и обеспечивающий себя всем необходимым для жизни, не объединяя средства для ведения общего хозяйства ни с какими другими людьми, постоянно проживающими в том же жилом помещении.

Домохозяйство может состоять либо только из лиц, связанных отношениями родства или отношениями, вытекающими из брака, либо из лиц, не связанных такими отношениями, либо из тех и других.

Лица, снимающие жилое помещение у отдельных граждан, не включаются в состав того домохозяйства, где они снимают жилое помещение. Такие лица считаются самостоятельным домохозяйством из одного или нескольких человек («институциональное» население). Среди них выделялись лица, живущие вне домохозяйства, т.е. проживающие совместно и находящиеся на

полном или частичном обеспечении государства, общественных или религиозных организаций в таких учреждениях как дома для престарелых, дома для инвалидов, детские дома, больницы для хроников, монастыри, казармы, пенитенциарные и тому подобные учреждения. Лица из персонала такого рода учреждений, проживающие постоянно при этих учреждениях, считались домохозяйствами, состоящими из одного или нескольких человек.

В инструкции по заполнению бланка микропереписи 1994 г. определение понятия «семья» уже не фигурировало. Но для выявления в составе домохозяйства семьи, состоящей из супружеской пары (без детей и с детьми), и семьи с одним родителем, каждым находящимся в браке указывалось, под каким номером записан в бланке микропереписи его супруг (супруга), а каждому, имеющему в составе домохозяйства родителей, - под какими номерами записаны в бланке микропереписи его мать и отец. Критерий совместного проживания или совместного ведения домашнего хозяйства в этом определении отсутствует.

Принятое в микропереписи 1994 г. определение домохозяйства и порядок выделения в его составе семьи сохранилось и во Всероссийской переписи населения 2002 года, а также применяется в рекомендациях по проведению Всероссийской переписи населения 2010 года. Таким образом, регистрация домохозяйства вместо прежней «семьи» означала расширение учитываемых категорий. Так как, принятое в микропереписи 1994 г. определение домохозяйства отличалось от прежнего определения семьи в двух отношениях: - домохозяйства из одного человека ранее не считались семьями и причислялись либо к «одиночкам», либо к «отдельно проживающим членам семьи»; - неродственники, даже проживающие вместе с семьей и имеющие с ней общий бюджет, не включались в состав семьи. Они также считались «одиночками» или «отдельно проживающими членами семьи», а если были связаны родством и свойством между собой, то рассматривались как отдельная семья.

В современной статистике принято считать семьей – основанное на браке или кровном родстве объединение людей, связанных общностью быта и взаимной ответственностью. В зависимости от структуры родственных связей выделяют различные типы семьи. Наиболее распространенным типом является простая, представляющая собой супружескую пару с детьми, не состоящими в браке. Если некоторые из детей в семье состоят в браке, образуется другой ее тип – расширенная, или сложная семья. Она может включать 3 и более поколений или же две и более простых семей, живущих вместе и связанных общим хозяйством. Выделяют также полную семью (в состав которой входят оба супруга) и неполную семью (семью с одним родителем). Ядро семьи образует супружеская пара без детей или же с одним или несколькими не состоящими в браке (и не имеющими детей) детьми любого возраста или же один из родителей с одним или несколькими не состоящими в браке детьми[4].

Домохозяйством принято считать группу людей, проживающих в одном жилом помещении или его части, совместно обеспечивающих себя пищей и всем необходимым для жизни, то есть полностью или частично объединяющих

и расходуящих свои средства. Эти люди могут быть связаны отношениями родства или отношениями, вытекающими из брака, либо быть неродственными, либо и теми и другими. Домохозяйство может состоять из одного человека, живущего самостоятельно и обеспечивающего себя пищей и всем необходимым для жизни. Человек без определенного места жительства, бездомный, также считается членом домохозяйства[5].

Таким образом, основным критерием выделения членов семьи в домохозяйство в социальной статистике является, в первую очередь, совместное проживание и наличие общего бюджета. Поэтому даже близкие родственники, постоянно живущие раздельно, в состав одного и того же домохозяйства не включаются. Так, учащиеся общеобразовательных школ, средних специальных и высших учебных заведений, живущие отдельно от родителей по месту обучения, в состав родительской семьи или домохозяйства не включаются, так же, как живущие по месту работы, находящиеся в заключении или на срочной службе в армии.

При этом, в выборочных обследованиях уровня жизни, в частности в бюджетных обследованиях, категория «домашнее хозяйство» изучается как область экономической деятельности в системе национальных счетов и дается несколько отличное от прописного понятия определение. Так, «домашнее хозяйство - небольшая группа людей, проживающих в одном и том же жилище, объединяющих часть или весь свой доход и имущество и совместно потребляющих определенные типы продуктов и услуг, главным образом, жилищные услуги и продукты питания»[6].

Акцентируя свое внимание на составе и численности домохозяйств социальная статистика не рассматривает домохозяйство как социальный институт, выполняющий определенные социально-экономические функции в обществе. Являясь наряду с государством и предприятиями одним из участников экономической деятельности, чьи финансы выступают элементом финансовой системы и индикатором состояния общества, домохозяйства также отвечают за обеспечение материальных и социальных условий жизни своих членов. При этом, экономическое поведение неразрывно связано с самоидентификацией членов домохозяйства с определенными социальными слоями и классами, менталитетом, объективными экономическими условиями в стране.

Именно поэтому, в рамках изучения данного понятия социологическими науками, под «домохозяйством» следует понимать человека или совокупность лиц, отличающихся совместным проживанием, ведением общего домашнего хозяйства, наличием общего бюджета и ролевой структуры, а также широким спектром институциональных функций по удовлетворению материальных, духовных и иных потребностей своих членов.

## ПРИМЕЧАНИЯ

1. Энциклопедический словарь Ф.А. Брокгауза и И.А. Ефрона/<http://www.vehi.net/brokgauz/>

2. Инструкция о порядке проведения Всесоюзной переписи населения 1989 года и заполнения списка проживающих в помещениях и переписных листов./ Всесоюзная перепись населения 1989 года. М.,1987. С.48.
3. Госкомстат России. Инструкция о порядке проведения микропереписи населения 1994 г. и заполнения бланков микропереписи. М., 1993.
4. Число и состав домохозяйств, семей и состояние в браке. Итоги всероссийской переписи населения 2002 года. Саратов 2005, С 136
5. Социально-экономическое положение России (январь-декабрь 1999 г.)//Вопросы статистики. 2000. №2. с.86.
6. Госкомстат России. Методологические положения по статистике. Выпуск первый. М., 1996. С.74.



## СОДЕРЖАНИЕ

<b>Ивченкова М.С.</b> ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СМИ В СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ УСЛОВИЯХ .....	3
<b>Донцова Е.В.</b> ДИНАМИКА РАЗВИТИЯ МЕЖГРУППОВЫХ КОНФЛИКТОВ В ТРУДОВЫХ КОЛЛЕКТИВАХ. ....	9
<b>Потапова О.Н.</b> СИСТЕМА ОХРАНЫ ЗДОРОВЬЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ ДЕТЕЙ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ. ....	13
<b>Петрович О.Г.</b> РАЗВИТИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ КАК ОДИН ИЗ ЭТАПОВ ИНФОРМАТИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ. ....	16
<b>Нефедова Н.С.</b> СОЦИОЛОГИЧЕСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ИЗБИРАТЕЛЬНОЙ КАМПАНИИ, КАК ИНСТРУМЕНТ ИЗУЧЕНИЯ ВЛИЯНИЯ ИЗБИРАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ЭЛЕКТОРАЛЬНЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ.....	19
<b>Кумова С.В., Соседова А.А.</b> ПРИКЛАДНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В РЕКЛАМЕ: ПРОДВИЖЕНИЕ ТОВАРОВ И УСЛУГ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ .....	22
<b>Абросимова М. Е.</b> СОЦИАЛИЗАЦИЯ ДЕТЕЙ С ИНВАЛИДНОСТЬЮ КАК ОСНОВНАЯ ЦЕЛЬ ИХ ИНТЕГРАЦИИ В ОБЩЕСТВО.....	28
<b>Бобылева Е.А., Кумова С.В.</b> ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ И ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВУЗА С ПОМОЩЬЮ WEB- ТЕХНОЛОГИЙ .....	31
<b>Аракчеева М.Б.</b> ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ	35
<b>Перминова М.С.</b> ВЛИЯНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРЕСТИЖА ПРОФЕССИЙ НА СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ МОБИЛЬНОСТЬ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ.....	37
<b>Донцова Е.В.</b> ПРАКТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ КОНФЛИКТОВ В КОММЕРЧЕСКИХ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЯХ. ....	42

<b>Рыбаков Р.В.</b> ВЗАИМООТНОШЕНИЯ МЕЖДУ СУПРУГАМИ В СЕМЬЯХ ОФИЦЕРОВ ЗАПАСА. ....	47
<b>Спирidonov И.А.</b> ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ИЗУЧЕНИЯ СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА: .....	51
<b>Макарихина Е.А.</b> ТРУДОВЫЕ КОНФЛИКТЫ В ПРОЦЕССЕ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ КОММУНИКАЦИЙ КАК ФАКТОР СОЦИАЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ПРАКТИКЕ СОВРЕМЕННОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ. ....	54
<b>Трембовецкая В.Л.</b> МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ ВЛАСТИ. ...	57
<b>Арефьева Е.О.</b> ДЕТЕРМИНАЦИЯ МОЛОДЕЖНОГО ЭКСТРЕМИЗМА В СОВРЕМЕННОМ РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ .....	60
<b>Толочкова Т.Н.</b> КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РОССИЙСКОМ ОБЩЕСТВЕ. ....	63
<b>Воронов А. А.</b> СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ В УСЛОВИЯХ МОДЕРНИЗАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА. ....	68
<b>Дыльников Г.В., Дыльнова З.М.</b> К ВОПРОСУ О ПОНЯТИИ ЛИЧНОСТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ (РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ). .	70
<b>Васильева Е. Н.</b> АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРОБЛЕМ РЕФОРМИРОВАНИЯ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ВУЗАХ РОССИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ. ....	74
<b>Дыльников Д. Г.</b> КАЧЕСТВА ЛИЧНОСТИ БАНКОВСКОГО МЕНЕДЖЕРА .....	76
<b>Горина Е. Н.</b> ИСТОКИ И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ТВОРЧЕСТВА Л. И. МЕЧНИКОВА.	79
<b>Кузнецова К. А.</b> К ВОПРОСУ ОБ ОСНОВАХ НАУЧНЫХ ВОЗЗРЕНИЯХ А. А. БОГДАНОВА .....	83
<b>Дементьева Н. М.</b> АКТУАЛИЗАЦИЯ ПРОБЛЕМ ИЗУЧЕНИЯ ПОЛИТИЧЕСКИХ И ПРАВОВЫХ ПРОЦЕССОВ В ОТЕЧЕСТВЕННОЙ СОЦИОЛОГИИ XIX СТОЛЕТИЯ. ....	86
<b>Новоселов В.О.</b> ФИЗИЧЕСКАЯ КУЛЬТУРА КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ .....	88

<b>Ревзина С. Л.</b>	<b>91</b>
О ТИПАХ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ. ....	
<b>Дыльнова Т. В.</b>	
ФАКТОРЫ РЕАЛИЗАЦИИ ЛИЧНОСТНОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВЕННЫХ СЛУЖАЩИХ. ....	<b>92</b>
<b>Серка О.В</b>	
ОСОБЕННОСТИ РАСТОРЖЕНИЯ КРЕДИТНОГО ДОГОВОРА ПО ТРЕБОВАНИЮ ОДНОЙ ИЗ СТОРОН. ....	<b>95</b>
<b>Покатов Д.В.</b>	
У ИСТОКОВ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ЭЛИТОЛОГИИ: Н.А.БЕРДЯЕВ.....	<b>100</b>
<b>Завгородный А.А.</b>	
ОСОБЕННОСТЬ ФОРМИРОВАНИЯ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ОСНОВАНИЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ РЕФЛЕКСИИ В РУССКОЙ СОЦИОЛОГИИ. ....	<b>103</b>
<b>Карелина И.А.</b>	
СОВРЕМЕННАЯ КУЛЬТУРНАЯ ПОЛИТИКА ЕВРОСОЮЗА .....	<b>105</b>
<b>Шаповалова Т.Р.</b>	
СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ ГОСУДАРСТВА С МОЛОДЕЖНЫМИ И ДЕТСКИМИ ОБЩЕСТВЕННЫМИ ОБЪЕДИНЕНИЯМИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ. ....	<b>109</b>
<b>Бегина И.А.</b>	
ПОЛИТИКО-ПРАВОВЫЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ОПРОСА). ....	<b>112</b>
<b>Бесараб С.В.</b>	
ОТНОШЕНИЕ ЮНОШЕЙ К ВОИНСКОЙ СЛУЖБЕ (ПО РЕЗУЛЬТАТАМ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ). ...	<b>114</b>
<b>Галиева И.С.</b>	
ВЛИЯНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОГО КРИЗИСА НА СОВРЕМЕННЫХ РОССИЙСКИХ РАБОТНИКОВ. ....	<b>117</b>
<b>Коновалова Н.Г.</b>	
ОСНОВНЫЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ КОНСТРУКЦИИ ИЗУЧЕНИЯ КРЕАТИВНОСТИ В СОЦИОЛОГИИ. ....	<b>119</b>
<b>Перминова М.С.</b>	
ВЛИЯНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПРЕСТИЖА ПРОФЕССИЙ НА СОЦИАЛЬНО-ПРОФЕССИОНАЛЬНУЮ МОБИЛЬНОСТЬ ВЫПУСКНИКОВ ВУЗОВ. ....	<b>125</b>
<b>Щербакова О.Ю.</b>	
ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ТРУДА, ЕГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С РЫНКОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ. (НА ПРИМЕРЕ Г.О.ТОЛЬЯТТИ). ....	<b>129</b>
<b>Филимонова М.А.</b>	
СТАТИСТИЧЕСКАЯ ТРАДИЦИЯ ИЗУЧЕНИЯ ДОМОХОЗЯЙСТВ В РОССИИ. ....	<b>132</b>

Научное издание

**РОССИЙСКОЕ ОБЩЕСТВО  
В ЗЕРКАЛЕ СОЦИОЛОГИИ**

(ВЗГЛЯД МОЛОДЫХ УЧЕНЫХ)

*Сборник научных трудов*

**ВЫПУСК 10**

Под редакцией профессора *Г.В. Дыльнова*

Редактор *В.И. Вардугин*

Корректор *Т.И. Савкина*

Оригинал – макет *Т.Р. Шаповалова, Е.О. Арефьева*

---

Подписано в печать 16.04.2010. Формат 60x84 1/16  
Бумага офсетная. Гарнитура Таймс. Печать офсетная.  
Усл. печ. л. 8,8. Уч.-из. л. 7. Тираж 300. Заказ № 12

---

Издательство «Наука»

410031, г. Саратов, ул. Московская, 35.

Отпечатано в типографии «Новый ветер»,

410012, г. Саратов, ул. Б. Казачья, 113.