

2021

Том 12. № 1

2021. Vol. 12. No. 1

DOI: 10.19181/vis.2021.36.1

ISSN 2221-1616 (online)

ВЕСТНИК *Института*
СОЦИОЛОГИИ

VESTNIK INSTITUTA SOTZIOLOGII

С Е Т Е В О Й
Ж У Р Н А Л

www.vestnik-isras.ru

Тема номера:

**Социальная активность
и трансформации
идентичностей:
процессы в России
и Евросоюзе**

/Запрос на демократическое участие

/Молодёжь и политический протест

**/Коммуникация
в постконфликтных обществах**

**/Визуальное восприятие
политического контента**

Вестник Института социологии Vestnik instituta sotziologii 1'2021

Рецензируемый научный журнал
Издаётся с 2010 г.
Выходит 4 раза в год

2021. Том 12. № 1

DOI: 10.19181/vis.2021.36.1

Учредитель: Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук

Издатель: Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук

Главный редактор: М. К. Горшков

Заместители главного редактора: П. М. Козырева, О. В. Аксенова

Ответственный секретарь: К. В. Подъячев

Журнал включён в Russian Science Citation Index (RSCI) на платформе Web of Science.
Журнал включён в Российский индекс научного цитирования (РИНЦ).

Журнал входит в Перечень ведущих рецензируемых научных журналов и изданий, в которых должны быть опубликованы основные научные результаты диссертаций на соискание учёных степеней кандидата и доктора наук.

Журнал открытого доступа

Доступ к контенту журнала бесплатный. Плата за публикацию с авторов не взимается.



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 License

Все выпуски журнала размещаются в открытом доступе на официальном сайте журнала с момента публикации: <https://www.vestnik-isras.ru>.

Свидетельство о регистрации ЭЛ № ФС77–51453:

Зарегистрирован в Федеральной службе по надзору в сфере связи,
информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор).

Год регистрации: 2010 г.



© Вестник Института социологии, 2021

© Vestnik instituta sotziologii, 2021

Состав Редколлегии

Главный редактор

ГОРШКОВ Михаил Константинович – академик РАН,
Директор Института социологии ФНИСЦ РАН,
Научный руководитель ФНИСЦ РАН (Москва, Россия)

E-mail: director@isras.ru

Заместители главного редактора

КОЗЫРЕВА Полина Михайловна – доктор социологических наук, Первый заместитель директора Института социологии ФНИСЦ РАН, Начальник управления координации Программы развития ФНИСЦ РАН (Москва, Россия)

E-mail: pkozyreva@isras.ru

АКСЕНОВА Ольга Владимировна – доктор социологических наук, руководитель Отдела анализа социокультурных оснований политических процессов Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия)

E-mail: illaio@yandex.ru

Ответственный секретарь

ПОДЪЯЧЕВ Кирилл Викторович – кандидат политических наук, старший научный сотрудник Института социологии ФНИСЦ РАН; доцент социологического факультета ГАУГН (Москва, Россия)

E-mail: vestnik@isras.ru

Члены редколлегии

БАРАБАНОВ Олег Николаевич – доктор политических наук, профессор РАН, заместитель директора по научной работе Европейского учебного института МГИМО МИД России, программный директор Международного дискуссионного клуба «Валдай» (Москва, Россия)

E-mail: drolegbarabanov@gmail.com

БАТАНИНА Ирина Александровна – доктор политических наук, профессор, директор Института гуманитарных и социальных наук Тульского государственного университета (Тула, Россия)

E-mail: batanina@mail.ru

ДУКА Александр Владимирович – кандидат политических наук, заведующий сектором Социологического института – филиала Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Санкт-Петербург, Россия)

E-mail: a_duka@mail.ru

ЖЕЛЕЗНЯКОВ Александр Сергеевич – доктор политических наук, руководитель Центра политологии и политической социологии Института социологии ФНИСЦ РАН (Москва, Россия)

E-mail: zhelezniakovas@yahoo.com

ЗАБОРОВА Елена Николаевна – доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой прикладной социологии Уральского государственного экономического университета (Екатеринбург, Россия)

E-mail: ezaborova@yandex.ru

КАЧЕРАУСКАС Томас – доктор философских наук, профессор, заведующий кафедрой философии и культурологии Вильнюсского технического университета им. Гедиминаса (Вильнюс, Литва)

E-mail: tomas.kacerauskas@vgtu.lt

КИВИНЕН Маркку – профессор, директор по исследованиям Александери института Университета Хельсинки (Хельсинки, Финляндия)

E-mail: Markku.kivinen@helsinki.fi

КОСТЕЛЕЦКИ Томас – профессор, директор Института социологии Чешской Академии наук (Прага, Чехия)

E-mail: tomas.kostelecky@soc.cas.cz

МИХАЙЛЕНКО Олег Михайлович – доктор политических наук, профессор, руководитель отдела исследований социально-политических отношений Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия)

E-mail: m-oleg-m@yandex.ru

ПАТЕЛЬ Сажата – профессор социологии, научный сотрудник Индийского института перспективных исследований (Шимла, Индия)

E-mail: patel.sujata09@gmail.com

ПАТРУШЕВ Сергей Викторович – кандидат исторических наук, доцент, руководитель отдела сравнительных политических исследований Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (Москва, Россия)

E-mail: servpatrushev@gmail.com

ПОКРОВСКИЙ Никита Евгеньевич – доктор социологических наук, профессор, заведующий кафедрой общей социологии Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (Москва, Россия)

E-mail: nikita1951@yahoo.com

ПРОКАЗИНА Наталья Васильевна – доктор социологических наук, доцент, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, Алтайский филиал РАНХиГС (Барнаул, Россия)

E-mail: nvprokazina@mail.ru

ЧОЙ Ву Ик – профессор Института российских исследований Университета иностранных языков Ханкук (Йонъин, Южная Корея)

E-mail: wooikchoi@yahoo.co.kr

Editorial Board

Editor in Chief

Mikhail K. GORSHKOV, Academician, Academic coordinator of FCTAS RAS (Moscow, Russia)

E-mail: director@isras.ru

Deputy Chief Editors

Polina M. KOZYREVA, Doctor of Sociological Sciences, First Deputy Director of the Institute of Sociology of FCTAS RAS (Moscow, Russia)

E-mail: pkozyreva@isras.ru

Olga V. AKSENOVA, Doctor of Sociological Sciences, Head of the Department of Analysis of Sociocultural Foundations of Political processes of the Institute of Sociology of Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

E-mail: illaio@yandex.ru

Executive secretary

Kirill V. PODYACHEV, Candidate of Political Sciences, Scientific Researcher, Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

E-mail: vestnik@isras.ru

Irina A. BATANINA, Doctor of Political Sciences, Professor, Director of the Institute of humanitarian and social sciences, Tula State University (Tula, Russia)

E-mail: batanina@mail.ru

Oleg N. BARABANOV, Doctor of Political Sciences, Professor of the Russian Academy of Sciences, Deputy Director of the European Studies Institute, Moscow State Institute of International relations (University) of the Ministry of International affairs of Russia (MGIMO University) (Moscow, Russia)

E-mail: drolegbarabanov@gmail.com

Wooik CHOI, Professor, The Institute of Russian Studies, Hunkuk University of Foreign Studies (Yongin-si, South Korea)

E-mail: wooikchoi@yahoo.co.kr

Aleksander V. DUKA, Candidate of Political Sciences, Head of the department of the Sociological Institute – Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (St. Peterburg, Russia)

E-mail: a_duka@mail.ru

Tomas KAČERAUSKAS, Dr. Sci. (Philos.), Professor., Head of Department of Philosophy and Cultural Studies, Faculty of Creative Industries, Vilnius Gediminas Technical University (Vilnius, Lithuania)

E-mail: tomas.kacerauskas@vgtu.lt

Markku KIVINEN, professor of sociology, Research director of the Aleksanteri Institute of the University of Helsinki (Helsinki, Finland)

E-mail: Markku.kivinen@helsinki.fi

Tomas KOSTELECKY, RNDr, Director of the Institute of the Czech Academy of Sciences (Prague, Czech Republic)

E-mail: tomas.kostelecky@soc.cas.cz

Oleg M. MIKHAIENOK, Doctor of Political Sciences, Professor, Head of the Department for Research of Social and Political Relations of the Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

E-mail: m-oleg-m@yandex.ru

Sergei V. PATRUSHEV, Candidate of Historical Sciences, Head of the Department of Comparative Political Researches of the Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

E-mail: servpatrushev@gmail.com

Nikita E. POKROVSKY, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of General Sociology of the Faculty of Social Sciences, National Research University “Higher School of Economics” (Moscow, Russia)

E-mail: nikita1951@yahoo.com

Natalya V. PROKAZINA, Doctor of Sociological Sciences, associate Professor, Russian Academy of national economy and public administration under the President of the Russian Federation, Altai branch, Central Russian Institute of management (Barnaul, Russia)

E-mail: nvprokazina@mail.ru

Sujata PATEL, professor of Sociology, National Fellow at the Indian Institute of Advanced Studies (Shimla, India);

E-mail: patel.sujata09@gmail.com

Elena N. ZABOROVA, Doctor of Sociological Sciences, Professor, Head of the Department of Applied Sociology, Ural State University of Economics (Ekaterinburg, Russia)

E-mail: ezaborova@yandex.ru

Aleksandr S. ZHELEZNYAKOV, Doctor of Political Sciences, Head of the Center of politology and political sociology of the Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences (Moscow, Russia)

E-mail: zhelezniakovas@yahoo.com

Содержание

О выпуске	8
Светлой памяти Владимира Васильевича Петухова	13
Тема номера:	
Социальная активность и трансформации идентичностей: процессы в России и Евросоюзе	16
<i>Петухов В. В., Петухов Р. В.</i> Социально активные группы российского общества: формирование запроса на демократическое участие	16
<i>Викторова Е. В., Петренко Д. А., Власова Н. В.</i> Процессы интеграции и идентичность: взгляд молодёжи Европы.....	39
<i>Марин Е. Б.</i> Представление о социальном протесте у молодёжи российского Дальнего Востока.....	62
<i>Гневашева В. А., Ильдарханова Ч. И.</i> Типовые социально-экономические поведенческие ориентации женщин на республиканском рынке труда Татарстана.....	93
Социальные коммуникации в условиях «цифровой экспансии»	118
<i>Артюшина Е. В., Коренькова М. М.</i> Исследование факторов удовлетворённости потребителей развитием цифровых коммуникаций: ожидания и реальность.....	118
<i>Ярмак О. В., Большакова М. Г., Шкайдерова Т. В., Маранчак А. Г.</i> Социальные парадоксы коммуникации в постконфликтных обществах	136
<i>Ерёменко Ю. А., Жаворонкова З. А.</i> К вопросу о восприятии политического контента в социальных сетях: опыт применения нейрофизиологической методики.....	153
Трибуна молодого учёного	170
<i>Морозов И. С.</i> Социологический подход к анализу структурированной внеучебной деятельности и школьной успеваемости среди детей с ограниченными возможностями здоровья	170
Новости науки	188
<i>Антонова Н. С., Бадараев Д. Д., Бадонов А. М.</i> Обсуждение вопросов социальной безопасности и социальной защиты населения в современных условиях	188
<i>Муханова М. Н.</i> Обзор методологических подходов к анализу трансформации аграрного рынка труда в современной России.....	195
Юбилей Полины Михайловны Козыревой.....	215

Contents

About the Issue	8
To the Blessed Memory of Vladimir Vasilyevitch Petukhov	13
Issue Topic:	
Social Activities and Identity Transformations:	
Russian Federation and European Union Based Processes.....	16
<i>Petukhov V. V., Petukhov R. V.</i> Socially Active Groups of Russian Society: Forming a Demand for Democratic Participation....	16
<i>Viktorova E. V., Petrenko D. A., Vlasova N. V.</i> Integration Processes and Identity: A View of the European Youth	39
<i>Marin E. B.</i> The Idea of Social Protest Among Russian Youth of the Far East.....	62
<i>Gnevasheva V. A., Ildarhanova Ch. I.</i> Typical Socio-Economic Behavioural Orientations of Women in the Tatarstan Labour Market....	93
Social Communications	
in the “Digital Expansion” Situation	118
<i>Artyushina E. V., Korenkova M. M.</i> Research on the Factors of Consumer Satisfaction with the Development of Digital Communications: Expectations and Reality	118
<i>Yarmak O. V., Bolshakova M. G., Shkayderova T. V., Maranchak A. G.</i> Social Communication Paradoxes in Post-Conflict Societies.....	136
<i>Eremenko Y. A., Zhavoronkova Z. A.</i> On the Issue of Perception of Political Content in Social Networks: Experience in the Application of Neurophysiological Methodologies.....	153
Young Researcher’s Tribune.....	170
<i>Morozov I. S.</i> Sociological Approach to the Analysis of Structured Extracurricular Activities and School Performance Among Children with Disabilities	170
Sociology News	188
<i>Antonova N. S., Badaraev D. D., Badonov A. M.</i> Discussion of Issues of Social Security and Social Protection of the Population in Modern Conditions	188
<i>Mukhanova M. N.</i> Review of Methodological Approaches to the Analysis of the Transformation of the Agricultural Labor Market in Modern Russia.....	195
P.M Kozyreva’s Anniversary	215

О выпуске

Тема этого номера [«Социальная активность и трансформации идентичностей: процессы в России и Евросоюзе»](#). Пандемия COVID-19 запустила процессы изменений в социуме практически в планетарном масштабе. Резко и едва ли не повсеместно выросла социальная и политическая активность. В ряде стран она приобрела радикально протестные формы. Существенно ускорились и без того достаточно бурные изменения различных идентичностей, что в числе прочего обусловлено экономическими и политическими переменами. По этой причине в данном выпуске «Вестника» центральное место занимают работы, в которых рассматриваются экономические аспекты гендерных проблем в России (на примере одного из самых развитых и влиятельных субъектов федерации – Республики Татарстан), отношение молодёжи Европы к европейской идентичности, а также социальная активность в российском обществе и протестные настроения молодёжи российского Дальнего Востока.

Рубрику открывает последняя работа ушедшего от нас [Владимира Васильевича Петухова](#), написанная в соавторстве с [Петуховым Р. В.](#) (Москва) [«Социально активные группы российского общества: формирование запроса на демократическое участие»](#). В статье на основании данных массовых опросов оценивается степень политизации и включённости в практики гражданского участия социальной группы «профессионалов», под которыми подразумеваются россияне, имеющие высшее образование и, как правило, зарабатывающие деньги умственным трудом.

В российских реалиях представители этой группы в течение долгого времени были ориентированы на индивидуальную самореализацию и сторонились участия в общественно-политической жизни страны, однако в последние несколько лет, как показывают исследования ФНИСЦ РАН, они начали формировать запрос на демократическое участие. Авторы полагают, что это запрос не только на адекватное представительство интересов этих групп во власти, но и на изменение самого характера взаимоотношений общества и государства. Непосредственная включённость «профессионалов» в практики политического и социального участия пока является их реакцией на те или иные политические события, которые им представляются важными, однако в случае же дальнейшего ухудшения общественно-политической среды и снижения уровня жизни в стране, их «фоновый» интерес может трансформироваться в систематические и более активные практики политического участия.

В статье [Викторовой Е. В.](#), [Петренко Д. А.](#), [Власовой Н. В.](#) (Санкт-Петербург) [«Процессы интеграции и идентичность: взгляд молодёжи Европы»](#) на основе материалов эмпирического исследования рассматри-

вается концепция европейской идентичности и отношение к евроинтеграции представителей европейской молодёжи. В качестве целевой группы исследования выбраны студенты европейских стран, так как их мировоззрение сложилось в условиях объединённой Европы. Результаты исследования показали, что респонденты, идентифицируя себя как европейцев, отмечают, что национальная идентичность для них остаётся более значимой. Среди элементов европейской идентичности респонденты называют прежде всего европейские ценности (мобильность, свободу, демократию), а также культурные (религия) и поведенческие характеристики (любовь к путешествиям).

В работе [Марина Е. Б.](#) (Владивосток) [«Представление о социальном протесте у молодёжи российского Дальнего Востока»](#) содержатся результаты семантической реконструкции представлений о различных формах социального протеста у молодёжи двух возрастных групп города Владивостока (18–24 и 25–30 лет). Автором реконструированы структурно-содержательные характеристики представлений молодёжи о пяти значимых формах коллективного протеста: петиции, митинге, забастовке, бунте и восстании. Были выявлены смысловые связи форм протеста с экзистенциальными и политическими ценностями молодёжи, а также эмоциональный компонент представлений о протестных феноменах. Сравнительный анализ представлений о разных формах протеста показывает, что митинг наиболее близок молодёжи на эмоциональном уровне. На рациональном уровне положительно оценивается и петиция, но при этом молодёжь обеих групп недовольна неэффективностью её на практике. Молодые люди не связывают радикальные формы протеста (бунт и восстание) со значимыми для себя ценностями и целями, воспринимают их негативно.

В статье [Гневашевой В. А.](#) и [Ильдархановой Ч. И.](#) (Казань) [«Типовые социально-экономические поведенческие ориентации женщин на республиканском рынке труда Татарстана»](#) представлены результаты авторского исследования, направленного на определение поведенческих траекторий женщин как значимого демографического сегмента, дифференцированного по гендерному признаку, и на выявление его значимости для процесса формирования и трансформации рыночного механизма рынка труда Республики Татарстан. Были выделены основные типы трудового поведения женщин республики: материально ориентированный, «здоровьесохранный», «семейно ориентированный» и профессионально направленный. Исследование показало, что большинство женщин стремится совмещать работу с уходом за детьми, а молодое поколение женщин Республики Татарстан ориентировано на трудовую деятельность больше, чем на репродуктивную.

Рубрика [«Социальные коммуникации в условиях “цифровой экспансии”»](#) представлена тремя статьями, в которых интересна не только современная тематика исследований, но и используемые методы. В условиях ограничений, связанных с пандемией, классические социологические исследования оказались затруднены. По этой причине социологи

активно использовали смысловой анализ текстов в интернет, онлайн опросы и инновационные для социологии способы сбора данных, например, медиааналитика и нейрофизиологическое исследование визуального контента.

Статья [Артюшиной Е. В. и Кореньковой М. М.](#) (Нижний Новгород) [«Исследование факторов удовлетворённости потребителей развитием диджитал-коммуникаций: ожидания и реальность»](#) анализирует новые способы, к которым прибегают компании для того, чтобы доставить своё сообщение существующему или потенциальному клиенту, а также оценки потребителями некоторых из этих способов. Авторы попытались выявить факторы, влияющие на удовлетворённость потребителей коммуникацией с компаниями в цифровой среде. Маркетинговое по форме исследование позволило изучить социальные аспекты цифровизации и автоматизации коммуникаций компании с клиентами, более того, – рассмотреть на конкретных примерах проблему, выходящую далеко за пределы коммерческого взаимодействия – отношение людей к общению с автоматом, по сути, с роботом. Обнаружена низкая степень удовлетворённости новыми, цифровыми способами коммуникационного взаимодействия между компаниями и пользователями, заменой живого общения автоответчиком.

Статья [Ярмак О. В., Большаковой М. Г., Шкайдеровой Т. В., Маранчак А. Г.](#) (Севастополь) [«Социальные парадоксы коммуникации в постконфликтных обществах»](#) посвящена теме крайне сложной и по целому ряду причин, включая политические, малоизученной. По мнению авторов, актуальность исследования постконфликтных обществ продиктована тем, что в цифровую эпоху эффективное силовое решение должно подкрепляться участием в формировании информационной повестки и управлением информационными потоками. Результаты социальной медиааналитики информационных потоков на Украине и в Крыму, осуществлённой авторами, показали, что в кризисных условиях в социуме формируются коммуникативные сети, которые создаются главным образом благодаря внешнему влиянию. Анализ выявленных потоков, представляющих коммуникативные сетевые конструкции, свидетельствует о различном генезисе их возникновения и функционирования, но определяющим в этом процессе является геополитический запрос на формирование медиатреков. Информационные потоки постконфликтных обществ выступают коммуникативно-политическими структурами, имеющими двойную природу: изначально несут идеи открытого и демократического общества, но затем формируют конфликтные ситуации в гражданском и медийном полях.

В статье [Ерёменко Ю. А. и Жаворонковой З. А.](#) (Симферополь) [«Нейрофизиологические исследования восприятия визуального политического контента в социальных сетях»](#) рассмотрены особенности молодёжного восприятия политического контента. Авторами использован нейрофизиологический метод окулографии для изучения визуального внимания, эмпирической базой исследования послужил анализ 1500 постов социальных сетей политической направленности, к которым

было применено тегирование визуальной части сообщения и собрана базовая поведенческая статистика, включающая показатели коммунибельности, привлекательности и вирусности. Это позволило произвести первичную типологизацию политического контента и сформировать наборы стимульного материала для проведения нейрофизиологического исследования. Полученные количественные данные позволили определить траекторию изучения стимульного материала, а также оценить визуальное внимание при восприятии различного вида политического контента. Авторы установили, что наибольший интерес представляют мемы и фотографии политических лидеров, наименьший – плакаты.

В рубрике [«Трибуна молодого учёного»](#) стало традицией публиковать статьи, которые являются своего рода «пробой пера». В этом выпуске она представлена статьей [Морозова И. С. \(Москва\) «Социологический подход к анализу структурированной внеучебной деятельности и школьной успеваемости среди детей с ограниченными возможностями здоровья»](#), основанной на дипломном проекте автора. В работе рассматривается вопрос о связи структурированных внеучебных занятий и успеваемости детей с ограниченными возможностями здоровья. В выборку проведённого автором исследования вошли обучающиеся по коррекционным программам в школе-интернате российского города-миллионника. Результаты анализа показали, что у детей с психическими нарушениями как в начальной, так и в средней школе продолжительность занятий в художественных секциях положительно связана с их школьной успеваемостью, что говорит о важности таких занятий для достижения успехов в обучении и, как следствие, для успешной адаптации к жизни после школы. Занятия в спортивных секциях значимо не сказываются на школьной успеваемости детей из данной выборки, но и не оказывают негативного влияния.

Завершает выпуск рубрика [«Новости науки»](#). В статье [Антонова Н. С., Бадараева Д. Д и Баданова А. М. \(Улан-Удэ\) «Обсуждение вопросов социальной безопасности и социальной защиты населения в современных условиях»](#) представлен обзор конференции «Социальная безопасность и социальная защита населения в современных условиях», прошедшей недавно в г. Улан-Удэ (Республика Бурятия), посвящённой 20-летию социально-психологического факультета и 25-летию специальности «Социальная работа» в Бурятском государственном университете им. Д. Банзарова. На конференции были заслушаны доклады, в которых отражены различные аспекты социальной безопасности и социальной защиты населения в современных условиях.

Статья [Мухановой М. Н. \(Москва\) «Обзор методологических подходов к анализу трансформации аграрного рынка труда в современной России»](#) посвящена отечественным исследованиям трансформации аграрного рынка труда в постсоветский период. Исследователи российского села в основном описывают проблемы, связанные с российским селом и аграрным рынком труда: разрушение инфраструктуры на сельских территориях, бедность, безработица, взаимодействие старых и новых

субъектов производства СХО, КФХ, ЛПХ и агрохолдингов, потеря связи селян с сельхозпредприятиями, их модели адаптации и трудового поведения. Результаты обзора их работ показали, что в настоящий период курс государства, направленный на преобразование институтов АПК и формирование новых субъектов производства, оказался оправданным в части усиления защиты внутреннего рынка, вследствие чего были выполнены основные задачи – импортозамещение и наполнение рынка отечественной продукцией, что обусловило движение к экспортному рынку.



Светлой памяти Владимира Васильевича Петухова

5 февраля 2021 г. не стало Владимира Васильевича Петухова, кандидата философских наук, руководителя Центра комплексных социальных исследований Федерального научно-исследовательского социологического центра РАН.

Владимир Васильевич долгие годы координировал научную работу большой исследовательской команды Центра. Он также был соруководителем масштабных исследовательских проектов по изучению идейно-политических установок, общественно-политической самоорганизации, межпоколенческой коммуникации российского общества, осуществлявшихся в Институте социологии РАН, а позже – в Федеральном научно-исследовательском социологическом центре РАН.

Результаты ряда исследований, которыми руководил Владимир Васильевич, широко обсуждались в СМИ, так как вызывали большой интерес не только научного сообщества, но и широкой общественности: «Двадцать лет реформ глазами россиян: опыт многолетних социологических замеров»; «Эволюция демократических ценностей россиян», «Россия на новом переломе: страхи угрозы»; «Падение Берлинской стены: до и после (внешнеполитические приоритеты россиян)»; «О чём мечтают россияне: идеал и реальность»; «Гражданский активизм: новые субъекты общественно-политического действия» и многие другие.

Владимиру Васильевич – автор более 200 научных работ, часть их издавалась за рубежом и получила признание международного научного сообщества. Монографии «Базовые ценности россиян», «Российская идентичность в условиях трансформации: опыт социологического анализа», «От Ельцина до Путина: три эпохи в историческом сознании россиян», «Россия на новом переломе: страхи угрозы», «Демократия участия и политическая трансформация России», «Российское общество

и вызовы времени», подготовленные с его участием, стали настольными книгами для множества отечественных исследователей, специализирующихся в области политической и исторической социологии.

Работы Владимира Васильевича дают полное представление о ценностях, установках и идентичностях россиян на различных этапах исторического развития страны. Работая с непростой, «острой» тематикой идейно-политических предпочтений, он всегда умел сохранять объективный взгляд, смотреть вглубь явлений, точно и ярко излагать исследовательские результаты. Ему удавалось, оставаясь в рамках злободневной проблематики, подниматься над сиюминутными политическими интересами и во всех ситуациях сохранять верность науке. Он умел читать цифры социологических опросов и видеть за ними голос человека, его радости и проблемы, надежды и тревоги. Этого его умения теперь будет остро не хватать.

У Владимира Васильевича был богатый жизненный опыт. После окончания института он несколько лет работал учителем истории и обществоведения на Камчатке. Свой путь учёного он начал в Институте марксизма-ленинизма при ЦК КПСС, затем работал в Российском независимом институте социальных и национальных проблем, организованном на базе Института теории и истории социализма ЦК КПСС, в Институте комплексных стратегических исследований Академии наук. А в начале 1990-х гг. трудился в Комитете по законодательству Верховного Совета РСФСР.

С марта 2004 г. В. В. Петухов начал работать во Всероссийском Центре изучения общественного мнения (ВЦИОМ), где стал одним из наиболее профессиональных социологов. В дальнейшем он долгое время был директором по исследованиям и заместителем председателя Научного совета ВЦИОМ на протяжении многих лет. Владимир Васильевич оказал значительное влияние на формирование методологического и методического инструментария прикладных исследований крупнейших социологических центров страны, а также кодекса профессиональных этических норм социологического сообщества.

Владимир Васильевич – один из учредителей первого на постсоветском пространстве исследовательского партнёрства – агентства «Евразийский монитор», созданного в 2006 г. и ориентированного на осуществление сравнительных социологических исследований в странах бывшего СССР, соавтор первых аналитических докладов, основанных на массовых опросах, проводившихся участниками «Евразийского монитора».

Владимир Васильевич активно участвовал в развитии коммуникации внутри профессионального социологического сообщества. Он входил в состав редколлегии научных журналов «Политические исследования» («Полис»), «Мониторинг общественного мнения», «Социологическая наука и социальная практика». Будучи признанным экспертом в своей научной сфере, он активно способствовал тому, чтобы результаты исследований выходили за пределы узко научных кругов и несли практиче-

скую пользу. Владимир Васильевич регулярно готовил аналитические материалы и рекомендации для высших органов власти и неправительственных организаций, давал комментарии СМИ.

Он активно взаимодействовал с зарубежными коллегами, с удовольствием и большой самоотдачей работал с молодыми исследователями. Невозможно переоценить вклад, который он внёс в развитие профессиональных компетенций десятков молодых российских социологов и политологов, с которыми щедро делился собственным научным опытом, искренне радуясь их творческим успехам и поддерживая в минуты трудностей.

Владимир Васильевич был прекрасным профессионалом и гражданином, талантливым руководителем большого коллектива и педантичным методологом. Он был удивительно добрым, внимательным, отзывчивым, понимающим и тактичным, всегда готовым поддержать и вдохновить своим примером, удивительно чутким к коллегам и друзьям, которых у него очень много.

Друзья и коллеги всегда будут помнить Владимира Васильевича Петухова. Для российской социологии его уход – великая и невосполнимая потеря.

ТЕМА НОМЕРА

СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ И ТРАНСФОРМАЦИИ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ: ПРОЦЕССЫ В РОССИИ И ЕВРОСОЮЗЕ

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.697

Социально активные группы российского общества: формирование запроса на демократическое участие

Статья подготовлена при поддержке РФФИ, проект «Человеческий капитал профессионалов: состояние, воспроизводство, роль в конкурентоспособности России» № 19-29-07172

Ссылка для цитирования: Петухов В. В., Петухов Р. В. Социально активные группы российского общества: формирование запроса на демократическое участие // Вестник Института социологии. 2021. Том 12. № 1. С. 16–38. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.697

For citation: Petukhov V. V., Petukhov R. V. Socially active groups of Russian society: forming a demand for democratic participation. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 16–38. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.697



**Петухов
Владимир Васильевич¹**

¹ Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия

petuhovvv@mail.ru

AuthorID РИНЦ: 664339



**Петухов
Роман Владимирович¹**

¹ Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия

petukhovrv@yandex.ru

AuthorID РИНЦ: 585300

Аннотация. В статье на основании данных массовых опросов оценивается степень политизации и включённости в практики гражданского участия социальной группы «профессионалов», под которыми подразумеваются россияне, имеющие высшее образование и, как правило, зарабатывающие деньги умственным трудом. Как считается, именно эта часть общества является одной из основных опор демократических режимов большинства развитых стран мира. В российских реалиях, как отмечают авторы статьи, представители этой группы в течение долгого времени были ориентированы на индивидуальную самореализацию и сторонились участия в общественно-политической жизни страны, что привело к отсутствию адекватного представительства их интересов в публичной политике. В последние несколько

лет, как показывают исследования ФНИСЦ РАН, на фоне осознания «профессионалами», как и к многими другими представителями среднего класса, важности благоприятной социальной среды (безопасность, включая экологическую, наличие развитой социальной инфраструктуры, невмешательство кого бы то ни было в их частную жизнь и т. п.) начал формироваться запрос на демократическое участие. Авторы полагают, что это запрос не только на адекватное представительство интересов этих групп во власти, но и на изменение самого характера взаимоотношений общества и государства.

В статье отмечается, что непосредственная включённость «профессионалов» в практики политического и социального участия пока носит пульсирующий характер, представляя собой их реакцию на те или иные политические события, которые им представляются важными. Несмотря на то, что уровень этой включённости не слишком высок, он, тем не менее, заметно, а иногда в разы, превосходит аналогичные показатели других социально-профессиональных групп. В случае же дальнейшего ухудшения общественно-политической среды и снижения уровня жизни в стране, «фоновый» интерес большей части российских «профессионалов» к политике может трансформироваться в систематические и более активные практики демократического участия.

Ключевые слова: профессионалы, демократия, гражданское участие, креативный класс, эмансипационные ценности, интерес к политике, гражданский активизм

Кризис демократии или её переход в новое качество?

Один из наиболее известных интеллектуалов современности Генри Киссинджер в недавней статье в *The Wall Street Journal* предрекал, что после пандемии Covid-19 вера в институты многих стран пошатнётся на фоне их реальной или мнимой неспособности предвидеть и противостоять болезни¹. Однако сейчас уже очевидно, что опасения многих западных экспертов² по поводу «убийства» демократии и её институтов эпидемией коронавируса оказались явно преувеличенными. Не говоря уже о том, что демократию «хоронят» не первый десяток лет, задолго до этой и многих других эпидемий. Негативные последствия от неё можно ожидать скорее в странах так называемого конкурентного авторитаризма (*competitive authoritarianism*) [13], в которых политические лидеры могут использовать коронавирус как повод для консолидации своих персоналистских режимов за счёт ещё большего ограничения формально действующих демократических институтов и механизмов.

Одновременно с этим нельзя отрицать, что эпидемия коронавируса высветила неэффективность многих институтов западной демократии, ярким подтверждением чему является активная критика пра-

¹ Kissinger H. The Coronavirus Pandemic Will Forever Alter the World Order // *The World Street Journal*. 03.04.2020. URL: <https://www.wsj.com/articles/the-coronavirus-pandemic-will-forever-alter-the-world-order-11585953005> (дата обращения: 12.05.2020).

² См. напр.: Schmemmann S. The Virus Comes for Democracy // *The New York Times*. 02.04.2020. URL: <https://www.nytimes.com/2020/04/02/opinion/coronavirus-democracy.html> (дата обращения: 12.05.2020); Biebe F. Authoritarianism in the Time of the Coronavirus // *Foreign policy*. 30.03.2020. URL: <https://foreignpolicy.com/2020/03/30/authoritarianism-coronavirus-lockdown-pandemic-populism/> (дата обращения: 12.05.2020); Более 500 общественных деятелей предупредили об угрозах демократии на фоне пандемии // *Коммерсантъ*. 25.06.2020. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4391124> (дата обращения: 25.06.2020) и др.

вительственных мер, развернувшаяся почти во всех развитых странах. Однако это не является проявлением кризиса фундаментальных основ демократии, скорее свидетельством недовольства граждан её избыточной элитизацией, отрывом от нужд и интересов населения, нечувствительностью к проявлениям неравенства, на фоне чего формируется новый общественный запрос на «демократизацию демократии» и защиту социальной сложности как основной ценности современного общества [8, с. 310]. Речь в первую очередь идёт о расширении возможностей непосредственного политического участия граждан, которое, как отмечают Р. Инглхарт и К. Вельцель, будет являться непосредственной чертой демократии в постиндустриальных обществах [10, с. 73].

Предпочтение непосредственного или сетевого участия иерархическим коллективным политическим субъектам (партии, профсоюзы и т. п.) является чертой постиндустриальных обществ. Это, в свою очередь, вызывает существенный сдвиг в восприятии властного авторитета. Инглхарт и Вельцель отмечают, что по мере укоренения в обществе постмодерна ценностей самовыражения, любая внешняя власть, не служащая благу человека, начинает вызывать неприятие. Этот сдвиг является одним из элементов выявленной ими взаимозависимости успехов в социально-экономическом развитии общества, распространённости в нём ценностей самовыражения и высоким уровнем эффективности демократических институтов [10, с. 414–415]. Связующим же звеном между социально-экономическим развитием и демократическими институтами выступают ценности самовыражения (индивидуалистические или эмансипационные) [10, с. 413].

Эмансипационные ценности, безусловно, распространены неравномерно не только между разными странами, но и между социальными стратами в каждом конкретном обществе. В качестве основного ядра носителей этих ценностей обычно рассматривается средний класс, а точнее, та его часть, которая в литературе называется «интеллектуалами», «креативным классом», «богемной буржуазией» [4; 5; 22].

Вне зависимости от того, какой термин используется для наименования социально активной части общества, её представителей зачастую характеризуют как обладателей значительного культурного капитала и высокого уровня образования. Актор концепции «креативного класса» Ричард Флорида исходит из того, что соответствующую социальную страту формируют люди двух категорий – это, во-первых, те, кто занимается творческой деятельностью по «созданию значимых новых форм» (суперкреативное ядро), а, во-вторых, те, чья профессиональная деятельность предполагает участие «в творческом решении проблем, используя комплексные знания при подходе к специфическим проблемам» [22, с. 86], т. е. специалисты-профессионалы, зарабатывающие деньги умственным трудом. Представителей «креативного класса» отличает приверженность индивидуальному своеобразию, ориентированность на личную успешность, заработанную упорным трудом, стремление к разнообразию¹ и открытости, самостоятельность в принятии решений, а также

¹ В данном контексте «разнообразие» понимается в узком, идеологически окрашенном смысле, как принятие разных гендерных и сексуальных установок.

активная жизненная позиция по общественно значимым вопросам [22, с. 94–98]. Эти особенные свойства и ценности рождают критическое отношение к политической власти и в целом к авторитету.

Не менее важным фактором, влияющим на отношение обозначенных групп к власти, является их намного большая, по сравнению с остальной частью населения, интегрированность в глобальную экономику. Зигмунд Бауман называет мобильность самым мощным фактором расслоения в современном мире, способствующим созданию новых и перестройке существующих иерархий [3, с. 20]. Развитие креативной экономики, с одной стороны, и высокий уровень образованности и мобильности – с другой, позволяют «профессионалам» выбирать не только работодателя, но и город или даже страну проживания [19, с. 128–129]. Это, в свою очередь, меняет их отношение к власти, которая воспринимается ими не столько как грозный «левиафан», защищающий от ужасов «войны всех против всех», но забирающий при этом у подданных естественную свободу, сколько как корпорация, конкурирующая с другими игроками на рынке публичных услуг¹. В целом же можно констатировать, что во многих развитых странах уже не столько институты и механизмы², сколько активность представителей креативного класса становится основной гарантией сохранения и развития демократии.

А что же Россия? Очевидно, что политический режим нашей страны близок к тому, что в литературе называют персоналистским режимом или конкурентным (электоральным) авторитаризмом [6; 7; 13; 22]. И, соответственно, когда россиян спрашивают, удовлетворены ли они «работой демократии» в стране, то, судя по данным Европейского исследования ценностей (ESS) 2018 г., лишь 18% опрошенных дали утвердительный ответ, тогда как почти в 2 раза больше респондентов (34%) сочли её неудовлетворительной, а 38% уклонились от однозначного ответа³. На фоне большинства других европейских стран, данные по которым представлены в этом исследовании, такие показатели выглядят не слишком впечатляющими (см. рис. 1).

¹ Идеология оценки и выбора места жительства хорошо прослеживается, например, в серии исследований PricewaterhouseCoopers (PwC) «Cities of Opportunity», в которых сравнивались мировые столицы с точки зрения комфортности жизни и ведения бизнеса. В основе этого подхода лежит представление о том, что в будущем креативная индустрия станет основным драйвером развития городов, а, следовательно, городские власти будут конкурировать в привлечении необходимых для их развития человеческих ресурсов. Подробнее см.: «Cities of Opportunity 7» // URL: <https://www.pwc.com/us/en/cities-of-opportunity/2016/cities-of-opportunity-7-report.pdf> (дата обращения: 14.05.2020) и «Мегаполис будущего. Пространство для жизни» // URL: <https://www.pwc.ru/ru/publications/megapolis-future-rus.pdf> (дата обращения: 14.05.2020).

² Например, согласно данным Международного института демократии (IDEA) с 21 февраля по 7 июня не менее 65 стран по всему миру приняли решение отложить проведение национальных и местных выборов в связи с COVID-19. Подробнее см.: «Глобальный обзор влияния COVID-19 на выборы» // URL: https://www.idea.int/sites/default/files/multimedia_reports/RUS%20Global%20Overview%20Elections%20and%20COVID19-10-06-2020.pdf (дата обращения: 25.06.2020).

³ Важно при этом отметить, что в данном случае речь идёт не о демократии как ценности (здесь показатели позитивно высокие), а её инструментальном аспекте, т. е. о том, как демократия функционирует на практике, обеспечивая реализацию «общего блага» и, прежде всего, создавая условия для минимизации разнообразных неравенств, включая возможность самореализации и политического выбора, а также равенства всех граждан перед законом.

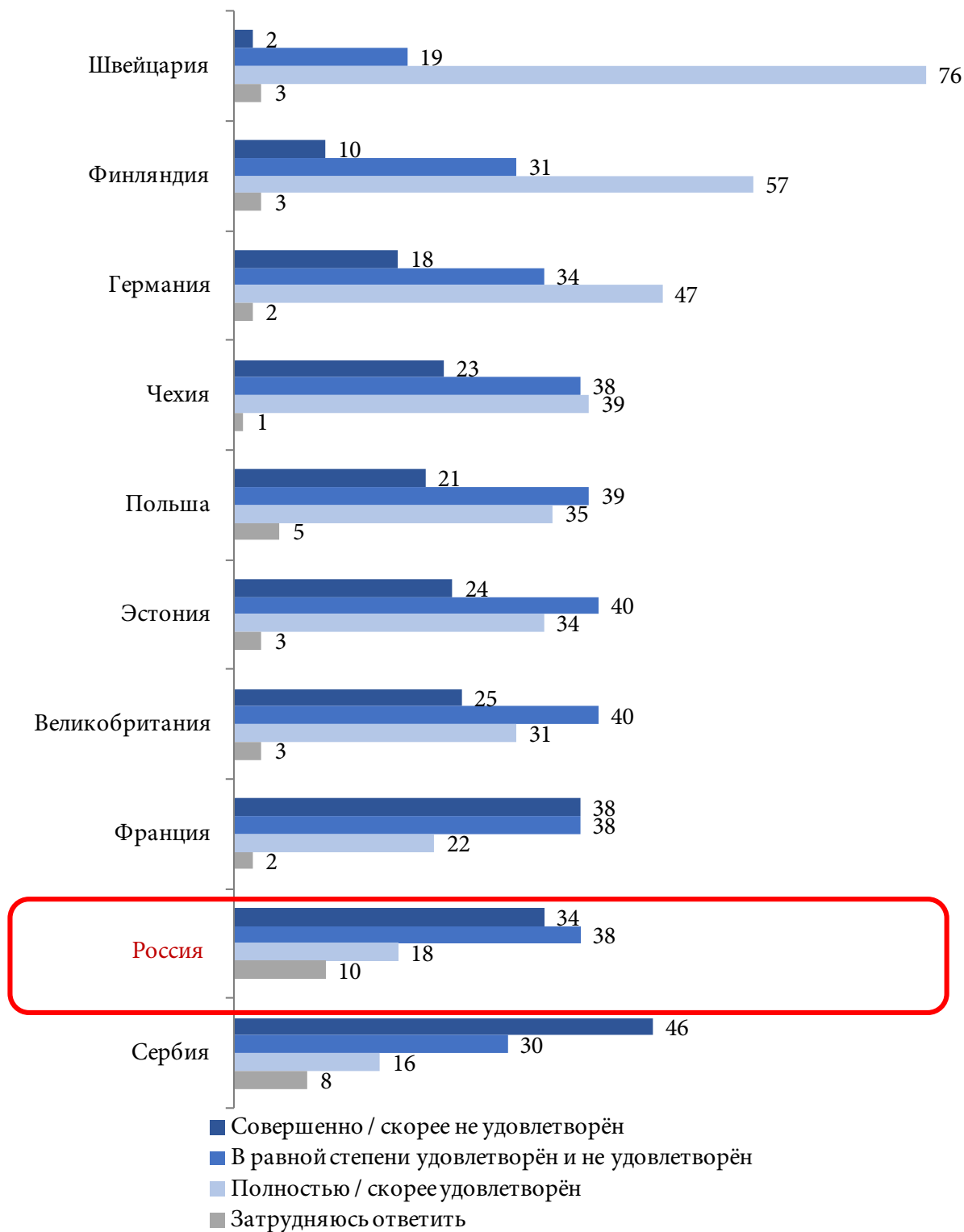


Рис. 1. Насколько Вы удовлетворены тем, как работает демократия в стране?
 ESS, 2018 г., %¹ (отсортировано по тем, кто полностью/скорее удовлетворён)
 Figure 1. How satisfied are you with the way democracy works in this country?

¹ Европейское социальное исследование (ESS). Полевые работы всех волн Европейского социального исследования в России выполняла независимая исследовательская научная организация ЦЕССИ (Институт сравнительных социальных исследований). Подробнее ознакомиться с материалами и методикой исследования можно на сайте: https://www.europeansocialsurvey.org/about/country/russian_federation/. Ответ предлагалось дать по шкале от 0 до 10, где 0 – совершенно не удовлетворён, а 10 – полностью удовлетворён. Для упрощения визуального представления ответы по позициям 0–3, 4–6 и 7–10 были суммированы.

С другой стороны, не только опросы общественного мнения, но и реальные практики социального и политического участия показывают достаточно высокую степень востребованности демократии российским обществом. Но, если в развитых демократиях гражданское участие во многом есть производное от совершенствования публичных институтов и публичной политики, то в России «живое творчество масс», напротив, является следствием, скорее, «закупорки» многих легальных институциональных возможностей социального и политического участия. И в этом смысле оно представляет собой альтернативу антидемократическому тренду российской политики [17].

Социально-экономические процессы, запущенные кризисом 2014–2018 гг., поставили сегодня российское общество перед выбором между дальнейшей консервацией персоналистского режима и усилением авторитарных тенденций, с одной стороны, и демократизацией политической жизни страны, – с другой. Первая из этих двух альтернатив реализуется через решения и действия правящей элиты при пассивной поддержке значительной части российского общества. А вторая пока существует в основном в форме общественного запроса на перемены, число сторонников которого на протяжении последних трёх лет растёт.

Конституционная реформа, инициированная в январе 2020 г. действующей властью, и эпидемия коронавируса, усилившая зависимость многих людей от государства, поставили под вопрос реализацию данного общественного запроса. Многие опросы общественного мнения и иные социологические исследования фиксируют рост социального напряжения в российском обществе¹, однако до настоящего момента «глухое» недовольство многих россиян действиями властей не трансформируется в активное коллективное действие по переводу страны в новое качественное состояние, предполагающее более справедливое социально-политическое устройство. Для того, чтобы потребность в изменениях приобрела характер политического запроса на демократизацию власти и общества, у неё должна появиться чётко определяемая социальная база.

Как было показано выше, многие современные социальные теории сходятся во мнении, что основными агентами демократических реформ являются наиболее «эмансипированные» группы и слои общества. В России главными носителями модернизационных ценностей принято считать представителей верхней страты общества, составляющей, по оценке профессора Н. Тихоновой, порядка 20% населения России и представленной по преимуществу профессионалами, руководителями

¹ Например, см.: Волков Д. Карантин и конституция. Как пандемия изменила отношение общества к поправкам // Carnegie.ru. 15.06.2020. URL: <https://carnegie.ru/commentary/82065> (дата обращения: 16.07.2020); Белановский С., Никольская А. Конец «путинского большинства»: о чём на самом деле говорится в докладе группы Белановского // Forbes.ru. 18.06.2020. URL: <https://www.forbes.ru/obshchestvo/403121-konec-putinskogo-bolshinstva-o-chem-na-samom-dele-govoritsya-v-doklade-gruppy> (дата обращения: 17.07.2020); Российское общество выйдет из карантина с изменившимися ценностями и политическими взглядами. Интервью с М. Дмитриевым и А. Никольской // Znak.com. 25 мая 2020. URL: https://www.znak.com/2020-05-25/eksperty_sprognozirovavshie_protesty_na_bolotnoy_kakim_rossiyskoe_obchestvo_vyhodit_iz_karantina (дата обращения: 20.07.2020).

и предпринимателями [21, с. 421]. Отметим, что социально-профессиональная группа «профессионалов»¹ вбирает в себя значительную часть тех, кого можно было бы охарактеризовать российским «креативным классом». Однако готовы ли они реализовать отводимую им роль одной из движущих сил общественных преобразований?² Окончательный ответ на этот вопрос может дать только время, но можно попытаться ответить на ряд иных вопросов³:

- во-первых, насколько у российских «профессионалов» выражены эмансипационные ценности;
- во-вторых, каково отношение его представителей к политике в целом и к демократическим ценностям в частности;
- в-третьих, какова степень их потенциальной и реальной включённости в различные практики гражданского участия?

Эмансипационные ценности российских «профессионалов»: нелинейный характер их взаимоотношений с демократией

Авторы эволюционной теории модернизации Р. Инглхарт и К. Вельцель на широком массиве данных межстрановых исследований доказывают наличие связи между распространением в обществе эмансипационных ценностей и вероятностью утверждения в нём демократии [10]. Каждая из более чем сотни исследуемых стран помещается в условную систему координат, вертикальной осью которой является континуум,

¹ Под «профессионалами» в данном исследовании мы будем понимать прежде всего объединённую группу профессий, предъявляющих для принадлежности к ним соответствующие критерии, подробно изложенные в Международном классификаторе профессий ISCO-08 (см. подробнее: <https://www.ilo.org/public/english/bureau/stat/isco/isco08/>) и отечественного ОКЗ (Общероссийского классификатора занятий; см. подробнее: <https://classifikators.ru/okz>). В целом группа профессионалов объединяет людей, работающих на должностях, требующих высшего образования (например: инженеры, юристы, научные сотрудники, врачи и т. п.). Подробнее см.: [20].

² Надо отметить, что большинство россиян в этом качестве склонны скорее видеть молодёжь. Практически каждый второй опрошенный (55%) именно её назвал наиболее заинтересованной в общественных переменах. 27% опрошенных отметили средний класс в целом, а интеллигенцию (врачей, учителей, научных работников) – 23%.

³ В настоящей работе мы будем решать эти задачи, обращаясь к массиву данных девяти волн Мониторингового исследования «Динамика социальной трансформации современной России в социально-экономическом, политическом, социокультурном и этнорелигиозном контекстах», проведённого Институтом социологии ФНИСЦ РАН в 2014–18 гг. Каждая из девяти волн Мониторингового исследования проводилась по общероссийской выборке (N=4000), репрезентировавшей население страны по региону проживания, а внутри него – по полу, возрасту, уровню образования и типу поселения. Также в работе используются данные всероссийского опроса общественного мнения, проведённого в июне 2019 г. ИС ФНИСЦ РАН в сотрудничестве с Ассоциацией российских банков. Опрос проводился по общероссийской выборке (N=2000), репрезентировавшей население страны по региону проживания, а внутри него – по полу, возрасту, уровню образования и типу поселения.

сформированный традиционными и секулярно-рациональными ценностями, а горизонтальной – континуум ценностей выживания и самовыражения (см. рис. 2). Как видно из приведённого ниже рисунка, Россия, с одной стороны, относится к числу стран с довольно выраженными секулярно-рациональными ценностями, но, с другой стороны, ценности самовыражения в нашей стране заметно уступают ценностям выживания. Надо отметить, что к похожим выводам приходят не только Инглхарт и Вельцель, но и российские исследователи, работающие с данными межстрановых исследований [12; 16; 25; 26]. Тем не менее исследования последних лет показывают, что в 2010-х гг. в России произошёл постиндустриальный сдвиг в ценностях, повлекший увеличение количества россиян, разделяющих индивидуалистически ориентированные установки [1; 15; 22].

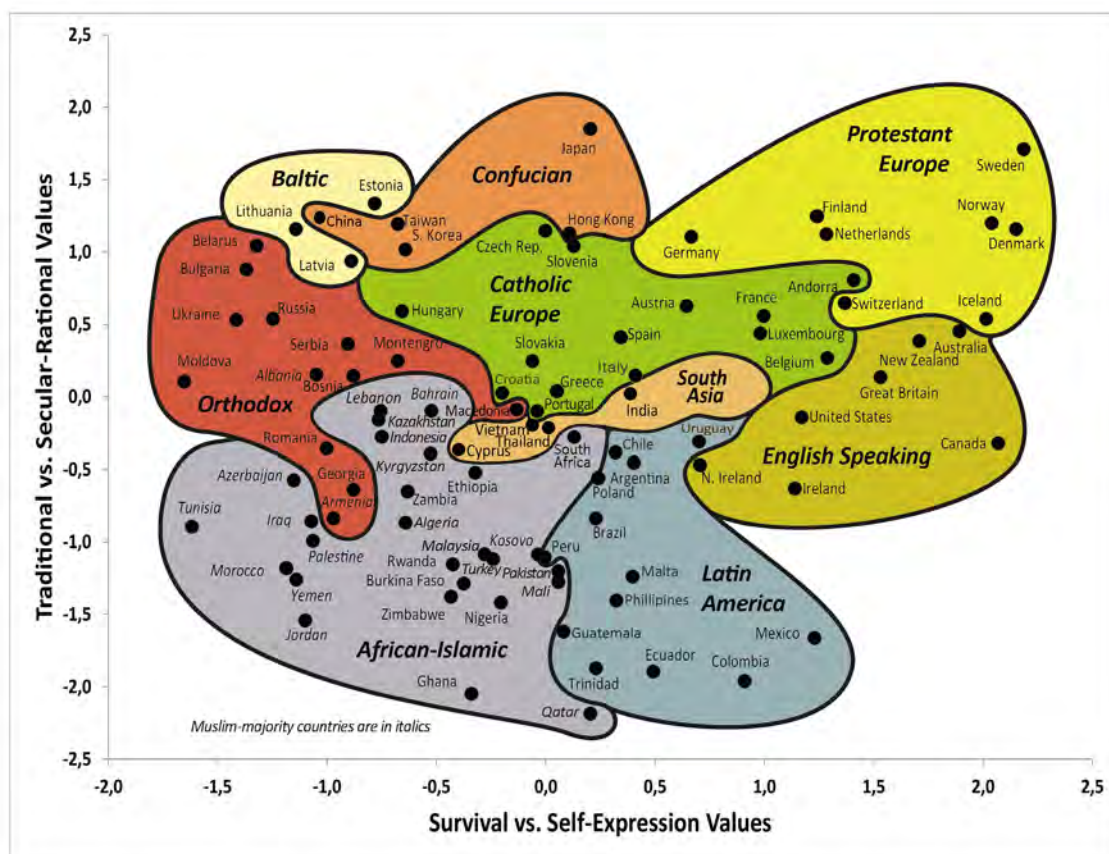


Рис. 2. Карта культур Инглхарта-Вельцеля, основанная на данных 6-й волны ESS (2010–2014 гг.).

Figure 2. Inglehart-Welzel cultural map based on wave 6 data of ESS (2010–2014)

Источник: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>.

В первую очередь речь идёт о той части «среднего класса», которую принято именовать «профессионалами» и для которых характерна концентрация жизненных шансов в самых разных областях, наличием высшего образования, а также качественными показателями занятости и востребованностью на рынке труда [2; 21].

Эмансипация условно «продвинутых» групп общества в эпоху постмодерна имеет важное функциональное измерение. Как отмечает Данило Дзоло, внедрение технологических новшеств приводит к беспрецедентному распространению в современных обществах дифференциации, мобильности, знаний и возможностей для получения нового опыта, что, в свою очередь, обостряет потребность в функциональной независимости и личной свободе [8, с. 311]. Наши исследования показывают, что в России также существует достаточно широкая социальная группа, представители которой в достижении своих жизненных целей ориентированы на собственные силы и в меньшей степени – на поддержку государства. Исходя из данных опроса, проведённого летом 2019 г., доля готовых самостоятельно обеспечивать себя и свою семью, не ожидая помощи со стороны государства, составила чуть меньше половины опрошенных (45%). Однако, как видно из данных таблицы 3, среди руководителей и профессионалов заметно больше респондентов, ориентированных на «самодостаточность» (64 и 59% соответственно).

Функциональная независимость проявляется не только в отказе от патронажа государства, но и в готовности к самостоятельной деятельности, проявлению инициативы и предприимчивости, готовности отстаивать свои интересы. Показательно, что среди «руководителей» и «профессионалов», разделяющих точку зрения, что *«Главное – это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни»*, значительно больше, чем в целом по выборке (72 и 69% против 52% в среднем по выборке). Причём для многих «профессионалов», и в особенности для «руководителей», инициативность является не только априорной ценностной установкой, но и реальной практикой.

Несколько меньший разрыв наблюдается в суждениях респондентов относительно их предрасположенности к разным способам адаптации к существующей реальности. Так, около 60% респондентов этих групп декларируют готовность бороться за свои права и интересы, тогда как чуть более 40% склоняются к пассивным и неконфликтным способам адаптации. Отметим, что для российского общества, которое на протяжении долгого времени многими оценивалось не иначе как «патерналистское» и «этатистское» [14], столь значительная доля (как в целом среди опрашиваемых, так и особенно среди руководителей и «профессионалов»), заявляющих о неприемлемости «мимикрии» к окружающей реальности, а также ориентирующихся на индивидуальный выбор и личную ответственность, свидетельствует о существенных сдвигах в общественных настроениях.

«Руководители», «профессионалы» и «полупрофессионалы» также отличаются от других профессиональных групп своим отношением к труду и успеху. Как видно из приведённой выше таблицы, более половины респондентов из этих трёх групп согласны с утверждением, что упорный труд, как правило, приводит к улучшению жизни. Показательно, что 69% респондентов из числа неработающих и 61% опрошенных из группы «рабочих» видят причину жизненного успеха не в труде, а в случайных стечениях обстоятельств и личных связях.

Таблица 1 (Table 1)

Мировоззренческие установки респондентов различных профессиональных групп,
2019 г., %¹*Worldview attitudes of respondents from various professional groups, 2019, %*

Установки	Предприниматели и руководители	Профессионалы	Полупрофес- сионалы	Работники сферы торговли и услуг	Рабочие	Пенсионеры	Студенты	В настоящее время не работаю	Всего
Смогу сам обеспечить себя и свою семью и не нуждаюсь в поддержке со стороны государства	64	59	47	49	49	21	56	28	45
Без поддержки со стороны государства мне и моей семье не выжить	36	41	53	51	51	79	44	72	55
Главное – это инициатива, предприимчивость, поиск нового в работе и жизни, даже если оказываешься в меньшинстве	72	69	62	66	61	32	81	53	58
Главное – это уважение сложившихся обычаев, традиций	28	31	38	34	39	68	19	47	42
Нужно активно бороться за свои интересы и права	57	59	47	59	53	42	72	43	52
Нужно уметь приспособливаться к реальности, а не тратить силы на борьбу с ней	43	41	53	41	47	58	28	57	48
Упорный труд не является причиной успеха, это в большей степени результат везения и личных связей	45	49	48	52	61	47	60	69	53
Если упорно трудиться, то в долговременной перспективе это, как правило, оборачивается улучшением жизни	55	51	52	48	39	53	40	31	47
Всего (справочно)	8	17	11	11	24	21	4	4	100

¹ Здесь и далее к слою предпринимателей и руководителей относятся все предприниматели, имеющие наёмных работников; руководители, а также заместители руководителей предприятий или учреждений; руководители среднего или низшего звена и самозанятые ввиду их немногочисленности (не более 1,5–2% в массивах 2018–19 гг.). К слою профессионалов относятся специалисты, должности которых подразумевают наличие высшего образования; к слою полупрофессионалов – служащие на должностях, не требующих высшего образования (офисные работники, неофицерский состав силовых структур, лаборанты и т. д.); к слою рабочих – операторы станков, механизаторы, водители и наладчики от 5 разряда, рабочие 3–4 разрядов, а также 1–2 разрядов и неквалифицированные рабочие. Численность групп «предприниматели и руководители» и «профессионалы» в массиве 2019 г. составила 8 и 17% соответственно, в массиве 2018 г. – 9 и 18% соответственно.

Резюмируя сказанное, отметим, что современные российские «профессионалы» отличаются своими ценностными установками от других профессиональных групп. Большая их часть (а также группа «руководителей») ценностно ориентирована на самообеспечение (как антитезу патернализма), инициативу, предприимчивость и активную борьбу за свои права. Кроме того, представители этой части общества видят в труде основной источник жизненного успеха. Безусловно, между декларированием своего отношения к каким-либо ценностям и реализацией соответствующих практик в повседневной жизни есть существенный разрыв. Тем не менее полученные данные являются ещё одним подтверждением того, что в среде российских «профессионалов» постепенно распространяются эмансипационные ценности. Однако имеет ли стремление «профессионалов» к функциональной независимости и личной свободе политическое измерение?

Включённость «профессионалов» в деятельно-активистские формы гражданского участия

Процессы, происходящие во многих странах мира, в том числе и в России, свидетельствуют о том, что связь между «эмансипационными» ценностями и демократией носит отнюдь не линейный характер, так же, как и соотношение ценностей самовыражения и ценностей выживания. Если властям той или иной страны удаётся обеспечивать приемлемый для большинства населения уровень жизни, отказываясь при этом от целого ряда демократических процедур, то её граждане, в том числе и «продвинутые» группы и слои, не всегда склонны выражать недовольство по этому поводу. Примером этому являются некоторые страны Восточной Европы (Венгрия, Польша, Словакия), а также Турция.

До последнего времени многие молодые, энергичные, активные россияне также считали политическое участие уделом маргиналов, а главной своей жизненной стратегией – держаться подальше от государства и политики и обустроивать жизненное пространство исключительно в среде своего непосредственного обитания. В результате доминирование приватной (частной) сферы над публичной [18, с. 27–28] позволило властям без особого сопротивления со стороны гражданского общества свернуть или деконструировать даже те небольшие завоевания отечественной демократии, которые появились в стране на рубеже 1980–90-х гг., например, конкурентные выборы и автономное от региональных и федеральных властей местное самоуправление.

Вместо драйвера прогрессивных общественных преобразований значительная часть среднего класса, по оценке В. Дегоева, превратилась в сословие «одномерных людей», представляющих собой особый социальный тип законченного индивидуалиста, воспринимающего окружающую среду только как субстанцию, существующую для удовлетворения его растущих, преимущественно гедонистических запросов,

которому чужды высокие идеалы и интерес ко всему, что не касается его непосредственно [8, с. 7]. Это, конечно, преувеличение, к тому же относящееся далеко не ко всем группам и слоям среднего класса. Тем не менее в российских реалиях ориентация людей на индивидуальную самореализацию, ограниченность навыков участия в солидаристских практиках и коллективной самоорганизации привела к тому, что на протяжении долгих лет голос среднего класса и «профессионалов» как его наиболее социально активной части не был слышан не только в политической, но и общественной жизни.

За четверть века в постсоветской России так и не появилось общественных и политических организаций, представляющих в публичном пространстве интересы «средних слоёв», а периодически возникающие солидаристские акции носили, как правило, сугубо цеховой характер – врачи вступались за врачей, журналисты за журналистов, актёры за актёров и т. д. Возможно, именно поэтому они имели относительно небольшую поддержку в российском обществе и оказались малоэффективны. Как отмечают некоторые исследователи гражданского участия, например, М. Вулкок, преодолению неравенства, дискриминации и беззакония в странах, где плохо функционируют демократические институты, способствуют общественные организации с широким участием представителей разных социальных групп, при условии, что они готовы, с одной стороны, брать на себя ответственность за своё собственное благополучие, а, с другой стороны, выступать посредниками между обществом и властью [27, с. 186–187].

Тем не менее, начиная с 2017 г. ситуация начала меняться, как только к представителям среднего класса пришло осознание того, что они становятся заложниками решений и действий власти, от рычагов воздействия на которую они добровольно отказались. Если на первых этапах трансформации российского общества «профессионалам» было достаточно монетарной ренты и более-менее нормальных условий для трудовой деятельности, то на современном этапе не меньшее значение для этой группы начинает играть наличие благоприятной социальной среды: безопасность, включая экологическую, наличие развитой социальной инфраструктуры, невмешательство кого бы то ни было в их частную жизнь и т. п. Не случайно, как видно из нижеприведённых данных (см. таблицу 4), такой нематериальный фактор жизненного благополучия, как жизнь в справедливом и разумно устроенном обществе, среди представителей рассматриваемых групп практически сравнялся со стремлением к материальному благополучию, а в группе «руководителей, предпринимателей» даже превосходит его. Более того, среди этой группы данный показатель востребован в наибольшей степени. Также достаточно высокие позиции в иерархии жизненных приоритетов (особенно по сравнению с представителями профессиональных групп) занимает стремление к самореализации и, что важно, – к общественному служению («Быть полезным обществу, внести «свою лепту» в развитие России»).

Таблица 2 (Table 2)

**Жизненные приоритеты представителей различных
социально-профессиональных групп, 2019 г., %**

Life priorities of representatives of various socio-professional groups, 2019, %

Приоритеты	Предприниматели и руководители	Профессионалы	Полупрофессионалы	Работники сферы торговли и услуг	Рабочие	В настоящее время не работают	Всего
Жить в более справедливом и разумно устроенном обществе	53	47	41	44	42	44	44
Жить в достатке, иметь возможность тратить деньги, «не считая копейки»	46	51	48	55	52	43	49
Иметь хорошее здоровье	36	45	42	36	41	50	43
Жить интересно, реализовать себя	31	31	19	18	22	16	22
Быть полезным обществу, внести «свою лепту» в развитие России	24	20	16	10	13	13	15
Иметь хороших детей	23	22	21	22	18	14	19
Иметь хорошую семью	21	25	27	23	23	16	22
Открыть собственное дело	13	7	8	13	12	5	9
Иметь свою отдельную квартиру, дом	11	11	17	16	16	10	13
Стать внешне привлекательным человеком	7	4	3	2	2	2	3
Получить хорошее образование (специальность)	3	4	6	4	3	10	6
Устроиться на хорошую работу	2	4	6	12	11	7	8
Встретить настоящую любовь	2	2	6	3	4	3	3
Стать уважаемым и известным человеком	1	1	1	1	-	3	1
Другое	1	1	2	3	3	6	3

По мере трансформации потребности в благоприятной общественной среде у представителей соответствующих социальных групп начинает меняться и их отношение к государственной власти, неэффективность и коррумпированность которой становится основной преградой для её формирования. Кроме того, многие действия российских властей в период экономического и внешнеполитического кризиса 2014–18 гг. стали прямой или косвенной причиной сокращения рентной отдачи профессионалов на затраченные ими усилия по удержанию привычного материального благосостояния и уровня жизни, соответствующего их социальному статусу. Ответной реакцией этой группы становится политизация, пока пассивная, но очевидно критически настроенная по отношению к действующей власти.

Как видно из данных, приведённых в таблице 5, интерес исследуемых групп к общественно-политической жизни страны не слишком велик (число «руководителей» и «профессионалов», постоянно инте-

ресующихся политикой, составляет 28%) и мало менялся за последние годы. Тем не менее появился новый, заслуживающий внимания тренд, связанный с сокращением в этой среде *полностью деполитизированного сегмента* за счёт заметного увеличения количества интересующихся политикой от случая к случаю – с 37 до 51% в группе «руководителей» и с 40 до 51% в группе «профессионалов». Следовательно, многие представители этих групп уже не столь политически индифферентны, как это было ещё несколько лет назад, хотя и не стремятся особо погружаться в политику. При сохранении нынешнего тренда можно предположить, что для части «профессионалов» и «руководителей» «факультативный» интерес к политике может трансформироваться в постоянный. Аналогичные процессы происходят и в молодёжной среде.

Таблица 3 (Table 3)

Динамика интереса к общественно-политической жизни страны «руководителей» и «профессионалов», а также молодёжи, 2015–18 гг., %
Dynamics of interest of “leaders” and “professionals”, as well as the youth, in the social and political life of the country, 2015–2018, %

Группы опрошенных	Внимательно следят за информацией о политических событиях в стране				Внимательно за информацией о политических событиях не следят, но изредка обсуждают их с друзьями, родственниками				Политикой не интересуются			
	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018	2015	2016	2017	2018
Руководители	36	38	30	28	37	45	52	51	24	17	19	21
Профессионалы	33	24	23	28	40	51	49	51	25	25	29	21
Молодёжь (18–30 лет)	18	13	14	16	37	42	41	45	43	46	46	39
Всего	29	20	21	23	40	45	45	47	30	35	34	31

Важно также иметь в виду, что у нынешнего поколения россиян, в котором всё активнее проявляет себя молодой городской средний класс, уже нет былых разочарований по поводу неудачных попыток демократизации страны в 1980-е и 1990-е гг. и груза несбывшихся надежд на свободу и обеспеченную жизнь. Возможно, именно поэтому сегодняшний запрос на демократизацию не так идеологичен, как тогда. Ценности либеральной представительной демократии сегодня не пользуются большой популярностью у россиян, в том числе и потому, что большинство институтов, претендующих на представительство их интересов (парламенты, политические партии, профсоюзы), как правило, «играют» на стороне власти, а не общества. Поэтому сегодня акцент делается не столько на требования расширения институциональных возможностей влияния на власть, сколько на обеспечение непосредственного представительства в органах власти тех групп и слоёв, которые его практически не имеют. А также на беспрепятственную реализацию важ-

ных для них прав и свобод, в том числе и политических. Как видно из рис. 3, подавляющее большинство опрошенных полагает необходимым обеспечение политических свобод, честных выборов, права на митинги и демонстрации и выступает против их ограничения.



Рис. 3. С каким из приведённых в каждой паре суждений Вы в большей степени согласны? Октябрь 2018, %

Figure 3. Which of the statements in each pair of judgments do you most agree with? October 2018, %

Требование открытости власти во многом связано с тем, что кризис 2014–18 гг. и сменившая его экономическая депрессия породили у многих россиян, как уже отмечалось, сомнения в профессионализме и компетентности тех, кто ими управляет. Появление меритократического дискурса, напоминающего, что власть должна принадлежать достойным и компетентным, свидетельствует о формировании запроса на «эффективное государство» и в целом на изменение характера взаимоотношений между государством и обществом¹. При этом представители рассматриваемых групп, впрочем как и россияне в целом, вовсе не стремятся отказываться от сервисных государственных услуг, но многих из них уже не устраивает идея примата государственных интересов над интересами отдельной лично-

¹ Кустарев А. Меритократия и демократия // Неприкосновенный запас. № 1. 2013 URL: <https://magazines.gorky.media/nz/2013/1/meritokratiya-i-demokratiya.html> (дата обращения: 10.04.2020).

сти. С ней сегодня согласны 29% опрошенных респондентов, не согласны 36% (в группе «профессионалов» их уже 40%) и ещё 35% респондентов не смогли дать однозначный ответ на этот вопрос.

Поэтому можно предположить, что новый аспект демократического дискурса (причём не только в России) будет связан с идеей «меритокризации демократии». Во всяком случае, как показывают исследования, в «осаждённых вирусом» обществах резко возрос спрос на ответственных политических лидеров и компетентных государственных чиновников¹, способных провести свои страны между Сциллой жёстких карантинных мер и Харибдой минимизации экономических и социальных последствий локдауна (от англ. *lockdown* – блокировка, ограничительные процедуры). Понятно, что в наличии такого государства в первую очередь заинтересованы либо работающие на него, либо постоянно соприкасающиеся с его институтами, т. е. прежде всего «профессионалы».

Изменения характера взаимоотношений государства и общества, в свою очередь, актуализируют проблему поиска баланса между государственным управлением и массовым общественным участием. Ни одно государство в мире, в том числе и наше, сегодня не способно собственными силами обеспечивать удовлетворение всех общественных потребностей. Это объективно повышает значение гражданских институтов, различных практик социального и политического участия, с помощью которых граждане непосредственно или опосредованно влияют на принятие органами власти решений, затрагивающих общественные интересы. Для этого, однако, необходим определённый уровень компетентности самих граждан. Речь, конечно, идёт не о профессиональной компетентности в узком смысле, а о «гражданской компетентности» россиян, их способности адекватно оценивать реальность как в стране в целом, так и в своём непосредственном окружении. А также оценивать её пределы в решении тех или иных общезначимых проблем.

Что же касается непосредственной включённости россиян в разнообразные практики политического и общественного участия, то, как показывают исследования, она носит в основном пульсирующий характер, когда всплеск активности сменяется затишьем, затем новым всплеском. Общество, и в основном его активная часть, реагирует на те или иные события, которые для него представляются важными, а затем возвращается к своей обычной повседневной жизни. Как видно из приведённых ниже данных, включённость «профессионалов» в различные формы политического участия заметно (иногда в разы) превосходит аналогичные показатели россиян в целом (см. таблицу 4).

¹ Например, результаты регулярного глобального опроса Ipsos «What Worries the World», проведённого в период с 20 марта по 3 апреля 2020 г. в 28 странах мира, показывают, что в целом ряде случаев успешность или неуспешность действий национальных властей в борьбе с коронавирусом влияют на оценку правильности или неправильности развития соответствующих государств. Так, в Германии, которая на фоне других европейских стран довольно эффективно боролась с эпидемией, число полагающих, что их страна движется в правильном направлении, возросло по сравнению с началом марта 2020 г. на 19 п. п. и достигло 50% (для сравнения в среднем по всем странам, участвующим в исследовании, этот показатель находится на уровне 46%). В свою очередь, в США доля уверенных в правильности выбранного курса развития страны снизилась на 7 п. п. и достигла 41%. Подробнее см.: Что волнует мир? Коронавирус вытеснил все другие проблемы. URL: <https://www.ipsos.com/ru-ru/chto-volnuet-mir-koronavirus-vytesnil-vse-drugie-problemy> (дата обращения: 12.05.2020).

Таблица 4 (Table 4)

Формы социального и политического участия в группе профессионалов, 2018 г., %
Forms of social and political participation in a group of professionals, 2018, %

Формы участия	«Профессионалы»*	Всего по выборке
Участие в деятельности общественных организаций и объединений		
Профсоюзы	11	4
Социальные волонтерские движения (помощь пострадавшим при пожарах, наводнениях и т.п.)	10	5
Благотворительные организации	9	4
Интернет-сообщества	8	6
Экологические организации	7	3
Территориальное общественное самоуправление, ТСЖ	6	4
Объединения по защите памятников культуры, архитектуры и т.п.	4	2
Религиозные организации	3	2
Общества защиты прав потребителей	3	2
Правозащитные организации	2	1
Не приходилось участвовать в перечисленных организациях, объединениях и сообществах	64	80
Участие в политической жизни страны		
Участие в выборах в качестве избирателя (голосование)	56	47
Обсуждение политических событий с друзьями, коллегами по работе, учёбе	24	18
Участие в выборных кампаниях в качестве наблюдателя, агитатора, сборщика подписей и т.п.	11	6
Участие в общественно-политических акциях (митингах, демонстрациях и т.п.)	8	5
Участие в публичных слушаниях, в подаче обращений в органы власти и т.п.	6	3
Работа в выборных органах местного самоуправления (советах депутатов)	6	2
Поддержание связи с политическими единомышленниками в социальных сетях, на форумах в интернете	5	2
Участие в работе политических партий	3	2
Участие в деятельности правозащитных организаций	2	1
Никакого участия в политической жизни не принимали	31	45

* Фоном выделены ячейки, значения в которых превышают распределение по выборке в целом более чем на величину статистической погрешности в 2–3%.

Например, в волонтерской работе на выборах в качестве наблюдателя, агитатора, сборщика подписей и т. п. были задействованы 11% представителей этой группы и 6% россиян в целом. Примерно на том же уровне (от 1 до 6%) находятся и показатели неполитического, социального участия россиян в жизни общества. Здесь «профессионалы» также заметно активнее, чем россияне в целом. Они охотнее откликаются на разного рода социальные инициативы, участвуя в волонтерских, экологических, благотворительных и других формах низовой самоорганизации, приносящей конкретную и осязаемую помощь людям, нуждающимся в ней.

Несмотря на то, что представленные данные на первый взгляд не слишком впечатляют, не следует забывать, что данная группа включает в себя востребованных в профессиональном отношении людей; и тот факт, что каждый десятый из них на добровольной основе в свободное время принимает участие в деятельности волонтерских и благотворительных организаций, дорогого стоит. Кроме того, сравнительно высокий уровень включённости представителей этой группы в политические процессы, участие в которых особенно специалистов-бюджетников, требует определённого мужества и готовности выйти из зоны «социального комфорта». Впрочем, большинство представителей рассматриваемых групп – вполне лояльные граждане, не заинтересованные в конфронтации с государством.

Это не исключает наличия «шероховатостей», существующих во взаимоотношениях некоторых властных институтов с гражданскими активистами. Не только представители государства с подозрением относятся к спонтанной, неконтролируемой активности россиян, но и многие активисты опасаются контактировать с властными структурами, полагая, что сотрудничество с ними заканчивается «огосударствлением» гражданских институтов, как это часто происходит со многими НКО. Идеальным сценарием было преодоление этого недоверия за счёт нахождения новых форм «общественно-государственного партнёрства», позволяющих обеим сторонам взаимодействовать, сохраняя определённую дистанцию и самостоятельность, при этом действуя во имя общественного блага. Это могло бы открыть новые возможности для демократического участия, но пока интенции к такому сотрудничеству не видно ни с одной, ни с другой стороны.

Заключение

Подводя итоги, следует отметить, что в России сегодня сформировался значимый социальный слой, ядро которого составляют «профессионалы», заинтересованные в эволюции страны в сторону её большей открытости и законности. Этой части общества присущи ориентация на собственные силы, индивидуальный выбор в реализации жизненных стратегий и активное отстаивание своих прав и интересов. Независимость и самодостаточность «профессионалов» носит изначально функциональный, а не политический характер, и связана прежде всего с принадлеж-

ностью к относительно благополучному условному «среднему классу», обладающему высоким уровнем образования и специфическими профессиональными навыками.

Отмечаемое в течение последних лет сокращение доли не интересующихся политикой и рост «фонового» интереса к ней в группе «профессионалов» является, по всей видимости, реакцией на действия властей, которые не только не могут сохранить достигнутый в 2000-х гг. уровень жизни, но и всё чаще вторгаются в частную жизнь граждан¹, большинство из которых уже привыкло считать её сферой, свободной от политики. Можно сказать, что это контрполитизация, направленная против политизации, навязываемой властью. И всё же, несмотря на распространение в среде российских «профессионалов» эмансипационных ценностей, эта социальная группа пока не готова к тому, чтобы стать действующей силой политических преобразований. На данный вызов «профессионалы» демонстрируют отказ от участия в том, что К. Крауч называет «электоральными играми» [11, с. 19], но и не претендуют на то, чтобы получить возможность самим устанавливать правила игры. В последнее время, однако, ситуация начала меняться. Наблюдаемые в настоящее время процессы дают основания предполагать, что политизация российского общества ещё больше усиливается, и значительная его часть не только вновь обретает веру в свою способность влиять на власть, но и активно включается в разнообразные процессы и практики демократического участия.

Для того чтобы «бурление», имеющееся в российском обществе, переросло в позитивное политическое действие, у «профессионалов» и других социально активных общественных групп должны появиться коллективные лица², которые смогут вступать в политические отношения как с действующей властью, так и с другими частями общества. Это не только вернёт Россию в русло демократического развития, но и уберёжёт её от потрясений, которые являются обычным следствием взрывной политизации масс.

Библиографический список

1. Алмакаева А. М., Мавлетова А. М. Модернизационные процессы в России: ожидать ли сдвига в сторону эмансипативных ценностей? // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. № 6. С. 91–112. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.6.05>.

2. Аникин В. А. Социальные классы новой России – неравные и разные // Социологические исследования. 2020. № 2. С. 31–42. DOI: 10.31857/S013216250008492-4.

¹ Например, вводя ограничения, осложняющие доступ к зарубежным продуктам или технологиям, а также усиливающие контроль за использованием частных средств граждан, находящихся на их банковских счетах.

² Это не обязательно должны быть формальные политические партии, но это должна быть коллективность с ярко выраженной политической субъектностью, например, такой, как у движения «Black lives matter».

3. Бауман З. Глобализация. Последствия для человека и общества / Пер. с англ. М.: Весь Мир, 2004. 188 с.
4. Белл Д., Иноземцев В. Л. Эпоха разобщённости: Размышления о мире XXI века. М.: Центр исследований постиндустриального общества, 2007. 304 с.
5. Брукс Д. Бобо в раю. Откуда берётся новая элита. М.: Ад Маргинем Пресс, 2013. 296 с.
6. Гельман В. Я. «Недостойное правление»: политика в современной России. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2019. 254 с.
7. Голосов Г. В. Демократия в России: инструкция по сборке. СПб.: БХВ-Петербург, 2012. 208 с.
8. Дегоев В. Самоослепление: новая политическая мифология России // Политический журнал. 2006. № 45–46. С. 7–15.
9. Дзоло Д. Демократия и сложность: реалистический подход. М.: ГУ ВШЭ, 2010. 320 с.
10. Инглхарт Р., Вельцель К. Модернизация, культурные изменения и демократия: Последовательность человеческого развития. М.: Новое издательство, 2011. 464 с.
11. Постдемократия / пер. с англ. Н. В. Эдельмана. М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2010. 192 с.
12. Лапин Н. И. Социокультурные факторы российской стагнации и модернизации // Социологические исследования. 2011. № 9. С. 3–17.
13. Левицкий С., Вэй Л. А. Подъем конкурентного авторитаризма // Неприкосновенный запас. Дебаты о политике и культуре. 2018. № 5. С. 29–47.
14. Лубский А. В., Лубский Р. А. Этатизм и патернализм как культурные маркеры цивилизационной идентичности в России // Гуманитарий Юга России. 2013. № 3. С. 90–103.
15. Магун В. С., Руднев М. Г., Шмидт П. Европейская ценностная типология и базовые ценности россиян // Вестник общественного мнения. Данные. Анализ. Дискуссии. 2015. № 3–4 (121). С. 74–93.
16. Мاستикова Н. С. Ценности россиян и жителей европейских стран-лидеров (по данным Европейского социального исследования) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2013. № 6 (118). С. 144–152.
17. Петухов В. В. Гражданская активность как альтернатива антидемократическому тренду российской политики // Политические исследования. 2013. № 5. С. 87–99.
18. Политика аполитичных: Гражданские движения в России 2011–2013 годов. М.: Новое литературное обозрение, 2014. 480 с.
19. Стародубровская И., Лободанова Д. Креативный класс и креативный город: российское преломление // Экономическая политика. 2013. № 5. С. 127–149.

20. Тихонова Н. Е. Средний класс в современной России: особенности идентичностей и мировоззрения // Будущее социологического знания и вызовы социальных трансформаций (к 90-летию со дня рождения В. А. Ядова). Международная научная конференция (Москва, 28–30 ноября 2019 г.). Сборник материалов / Отв. ред. М. К. Горшков. М.: ФНИСЦ РАН. 2019. С. 420–425. DOI [10.19181/yadov_conf.2019](https://doi.org/10.19181/yadov_conf.2019)
21. Тихонова Н. Е. Человеческий капитал профессионалов и руководителей: состояние и динамика // Вестник Института социологии. 2017. № 21. С. 140–165. DOI: [10.19181/vis.2017.21.2.462](https://doi.org/10.19181/vis.2017.21.2.462)
22. Федотова В. А. Ценности россиян в контексте возрастных различий // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2017. № 1. С. 78–86. DOI: [10.17072/2078-7898/2017-1-78-86](https://doi.org/10.17072/2078-7898/2017-1-78-86)
23. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Классика-XXI, 2011. 419 с.
24. Харитонова О. Г. Недемократические политические режимы // Политическая наука. 2012. № 3. С. 9–30.
25. Ядов В. А. К вопросу о национальных особенностях модернизации российского общества // Мир России. Социология. Этнология. 2010. № 3. С. 46–56.
26. Ясин Е. Г. Модернизация и общество: доклад к VIII Межд. науч. конф. «Модернизация экономики и общественное развитие», Москва, 3–5 апреля 2007 г. М.: ИД ГУ-ВШЭ, 2007. 114 с.
27. Woolcock M. Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework // Theory and Society. 1998. Vol. 27 № 2. P. 151 – 208. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1006884930135>.

Статья поступила 21.04.2020

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Петухов Владимир Васильевич, кандидат философских наук, руководитель Центра комплексных социальных исследований Института социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия

Петухов Роман Владимирович, кандидат юридических наук, старший научный сотрудник Центра комплексных социальных исследований Института социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия

DOI: [10.19181/vis.2021.12.1.697](https://doi.org/10.19181/vis.2021.12.1.697)

Socially Active Groups of Russian Society: Forming a Demand for Democratic Participation

Funding: The reported study was funded by RFBR, project No. 20-011-31-518 «Human capital of professionals: current situation, reproduction and role in bolstering Russia's competitiveness»

Vladimir V. Petukhov

Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology
of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

E-mail: petuhovvv@mail.ru

ORCID ID: [0000-0001-9955-9063](https://orcid.org/0000-0001-9955-9063)

Roman V. Petukhov

Institute of Sociology of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology
of the Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia

E-mail: petuhovrv@yandexl.ru

ORCID ID: 0000-0003-0940-9315

For citation: Petukhov V. V., Petukhov R. V. Socially active groups of Russian society: forming a demand for democratic participation. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 16–38 DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.697

Abstract. Based on the data of public opinion polls, the article assesses the degree of politicization and involvement in the practice of civic participation of a social group of “professionals”, by which we mean the Russian people with higher education and, as a rule, earning a living through mental labour. It is believed that this very part of society is one of the main pillars of democratic regimes in most of the developed countries.

In the Russian realities, as the authors of the article note, the representatives of this group for a long time were focused on individual self-realization and avoided participation in the social and political life of the country, that led to the lack of adequate representation of their interests in public policy. In the past few years, as demonstrated by the FCTAS RAS studies, a demand for democratic participation began to form against the backdrop of the awareness of “professionals”, as well as of many other representatives of the middle class, of the importance of a favorable social environment (security, including environmental security, the presence of a developed social infrastructure, non-interference in the citizens private life, etc.). The authors believe that this is a request not only for adequate representation of the interests of these groups in the state, but also for changing the very nature of relations between the society and the state.

The authors emphasize that the direct involvement of “professionals” in the practice of political and social participation is of “pulsating” nature yet, representing their reaction to certain political events that seem important. Despite the fact that the level of this involvement is not very high, nevertheless, it noticeably (and sometimes multiple) exceeds similar indicators of other socio-professional groups. In the event of a further deterioration in the quality of the socio-political environment and a decrease in the standard of living in the country, the “background” interest of the majority of Russian “professionals” in politics might be transformed into systematic and more active practices of political participation.

Keywords: professionals, democracy, civic participation, creative class, emancipatory values, interest in politics, civic activism

References

1. Almakaeva A. M., Mavletova A. M. Modernization processes in Russia: can we expect the shift to emancipative values?. 2018. No. 6: Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. P. 91–112. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.6.05>. (In Russ.)
2. Anikin V. A. Social classes of the new Russia: unequal and different. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2020. No. 2. P. 31–42. DOI: 10.31857/S013216250008492-4. (In Russ.)
3. Bauman Z. *Globalization. The Human Consequences*. Moscow: Ves' Mir. 2004. 118 p. (In Russ.)
4. Bell D., Inozemtsev V. L. *Epokha razobshchennosti: Razmyshleniya o mire XXI veka [The Era of Disunity. Reflections on the World of the 21st Century]* Moscow: Center for Research on Post-Industrial Society. 2007. 304 p. (In Russ.)
5. Brooks D. *Bobo in Paradise. The New Upper Class and How They Got There*. Transl. from Eng. by D. Simanovsky. Moscow: Ad Marginem Press. 2013. 296 p. (In Russ.)
6. Gelman V. J. “Nedostoynoye pravleniye”: politika v sovremennoy Rossii [The Politics of Bad Governance in Contemporary Russia]. St. Petersburg: European University in St. Petersburg publ., 2019. 254 p. (In Russ.)
7. Golosov G. V. *Demokratiya v Rossii: instruktsiya po sborke [Democracy in Russia: an assembly instructions]*. St. Petersburg: BHV-Petersburg. 2012. 208 p. (In Russ.)
8. Degoev V. *Samooslepleniye: novaya politicheskaya mifologiya Rossii [Self-blinding: a new political mythology of Russia]*. *Political journal*. 2006. No. 45–46. P. 7–15. (In Russ.)
9. Dzolo D. *Demokratiya i slozhnost': realisticheskiy podkhod [Democracy and Complexity: A Realistic Approach]*. Moscow: SU HSE publ., 2010. 320 p.
10. Inglehart R., Welzel K. *Modernization, Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence*. Transl. from Eng. by M. Korobochkin. Moscow: Novoe izdatel'stvo publ. 2011. 464 p. (In Russ.)

11. Crouch K. Post-democracy. Transl. from Eng. by N. V. Edel'man. Moscow: SU HSE publ., 2010. 192 p. (In Russ.)
12. Lapin N. I. Sotsiokul'turnyye faktory rossiyskoy stagnatsii i modernizatsii [Socio-cultural factors of Russian stagnation and modernization]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2011. No. 9. P. 3–17. (In Russ.)
13. Levitsky S., Way L. A. The Rise of Competitive Authoritarianism. *Neprikosnovenny Zapas: debaty o politike i kulture*. 2018. No. 5. P. 29–47. (In Russ.)
14. Lubsy A. V., Lubsy R. A. Etatizm i paternalizm kak kul'turnyye markery tsivilizatsionnoy identichnosti v Rossii [Statism and paternalism as cultural markers of civilizational identity in Russia]. *Humanitarian of the South of Russia*. 2013. No. 3. P. 90–103. (In Russ.)
15. Magun V. S., Rudnev M. G., Schmidt P. European value typology and basic values of Russians. *Vestnik obshchestvennogo mneniya. Dannye. Analiz. Diskussii*. 2015. Vol. 121. No. 3–4. P. 74 – 93. (In Russ.)
16. Mastikova N. S. Values of Russians and Residents of European Leading Countries (According to the European Social Research). *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Economicheskie i sotsial'nye peremeny*. 2013. Vol. 118. No. 6. P. 144–152. (In Russ.)
17. Petukhov V. V. Civil Activity as an Alternative to the Anti-Democratic Trend of Russian Politics. *Politicheskie issledovaniya*. 2013. No. 5. P. 87–99. (In Russ.)
18. *Politika apolitichnyh: Grazhdanskie dvizheniya v Rossii 2011 – 2013 godov* [Politics of the Apolitical: Civil Movements in Russia 2011–2013] Ed. by M. L. Alyukov, S. V. Erpyleva and others. Moscow: Novoe literaturnoe obozrenie, 2014. 480 p. (In Russ.)
19. Starodubrovskaya I., Lobodanova D. Creative class and creative city: Russian refraction. *Economicheskaya politika*. 2013. No. 5. P. 127–149 (In Russ.)
20. Tikhonova N. E. Sredniy klass v sovremennoy Rossii: osobennosti identichnostey i mirovozzreniya [The middle class in modern Russia: features of identities and worldview]. *Materials of the International Scientific Conference 'The future of sociological knowledge and the challenges of social transformations' (Contribute to the 90'th anniversary of the birth of V. A. Yadov)*. Ed. by M. K. Gorshkov. Moscow: FCTAS RAS publ., 2019. P. 420–425. (In Russ.)
21. Tikhonova N. E. Human capital of professionals and managers: state and dynamics. *Vestnik Instituta sotziologii*. 2017. No. 21. P. 140–165. (In Russ.)
22. Fedotova V. A. Values of Russians in the context of intergenerational relations. *Vestnik Permskogo universiteta. Filosofiya. Psihologiya. Sociologiya*. 2017. No. 1. P. 78–86. DOI: 10.17072 / 2078-7898 / 2017-1-78-86 (In Russ.)
23. Florida R. The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life Transl. from Eng. by A. Konstantinov. 2011. Moscow: Classic-XXI. 419 p. (In Russ.)
24. Kharitonova O. G. Non-democratic political regimes. *Politicheskaya nauka*. 2012. No. 3. P. 9–30. (In Russ.)
25. Yadov V. A. K voprosu o natsional'nykh osobennostyakh modernizatsii rossiyskogo obshchestva [On the nation-specific features of modernization in Russia]. *Mir Rossii. Sotsiologiya. Etnologiya*. 2010. Vol. 19. No. 3. P. 46–56. (In Russ.)
26. Yasin E. G. Modernizatsiya i obshchestvo [Modernization and society] *Materials of the VIII International scientific conference "Modernization of the economy and social development"*. Moscow: SU HSE publ., 2007. 114 p. (In Russ.)
27. Woolcock M. Social capital and economic development: Toward a theoretical synthesis and policy framework. *Theory and Society*. 1998. Vol. 27. No. 2. P. 151–208. <https://doi.org/10.1023/A:1006884930135>

The article was submitted on: April 21.2020

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Vladimir V. Petukhov, candidate of philosophical sciences,
Head of the Center, Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia
Roman V. Petukhov, candidate of Just Sciences, senior research fellow,
Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia

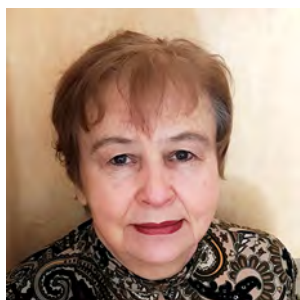
ТЕМА НОМЕРА**СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ
И ТРАНСФОРМАЦИИ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ:
ПРОЦЕССЫ В РОССИИ И ЕВРОСОЮЗЕ**

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.698

**Процессы интеграции и идентичность:
взгляд молодёжи Европы**

Ссылка для цитирования: *Викторова Е. В., Петренко Д. А., Власова Н. В.* Процессы интеграции и идентичность: взгляд молодёжи Европы // Вестник Института социологии. 2021. Том 12. № 1. С. 39–61. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.698

For citation: Viktorova E. V., Petrenko D. A., Vlasova N. V. Integration processes and identity: a view of the European youth. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 39–61. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.698

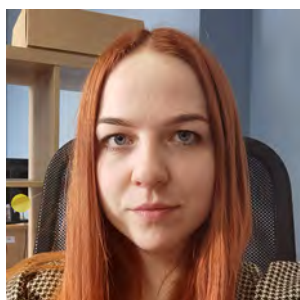


AuthorID РИНЦ: 847036

**Викторова
Елена Владимировна¹**

¹ Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

elena.viktorova@mail.ru



AuthorID РИНЦ: 1040099

**Петренко
Дарья Александровна¹**

¹ Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

dariia.petrenko.1@gmail.com



AuthorID РИНЦ: 402004

**Власова
Наталья Владимировна¹**

¹ Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия

nostashova@yandex.ru

Аннотация. В представленной статье на основе материалов эмпирического исследования рассматривается концепция европейской идентичности и отношение к евроинтеграции представителей европейской молодёжи. Актуальность исследования обусловлена отсутствием в научном дискурсе чёткого определения концепции «европейской идентичности», а также необходимостью оценки, насколько мнение жителей Европы, в частности молодого поколения, совпадает с утверждениями исследователей данного направления. Цель данного исследования – определить, как представители европейской молодёжи понимают европейскую идентичность, выделить её основные элементы и оценить влияние процессов евроинтеграции на формирование европейской и национальной идентичности. В качестве целевой группы исследования выбраны студенты европейских стран, т. к. их мировоззрение сложилось в условиях объединённой Европы. Исследование проведено в рамках проекта Erasmus+ Jean Monnet Project «Трансформация идентичностей в Европе и России в современных условиях» (Проект № 611458-EPP-1-2019-1-RU-EPPJMO-PROJECT). При проведении исследования в качестве основного выбран метод глубинных интервью. Результаты исследования показали, что респонденты, считающие себя европейцами, отмечают, что национальная идентичность для них остаётся более значимой. Среди элементов европейской идентичности респонденты называют прежде всего европейские ценности (мобильность, свобода, демократия), а также культурные (религия) и поведенческие характеристики (любовь к путешествиям). Результаты исследования носят предварительный характер и позволяют выделить наиболее значимые тенденции формирования современной европейской идентичности, что послужит основанием для дальнейших исследований.

Ключевые слова: европейская идентичность, национальная идентичность, Европейский союз, европейская интеграция, молодёжь, глубинные интервью

В современном научном дискурсе тема европейской идентичности по-прежнему является актуальной и дискуссионной. Формирование европейской идентичности рассматривается как часть интеграционных процессов, протекающих на территории Европы и инициированных Европейскими институтами [19, р. 68–86; 25, р. 105–116; 31; 15, р. 55–71]. Так, было предпринято несколько конкретных шагов: разработка документов, регламентирующих формирование идентичности (Декларация о формировании европейской идентичности, Маастрихтский договор и проч.), разработка единой символики ЕС – флаг, гимн, герб, введение единой валюты, расширение полномочий наднациональных институтов и другие меры, способствующие усилению единого самосознания у европейцев [4]. На формирование единой идентичности оказывают влияние исторические и культурные связи между европейскими странами, сложившиеся за много веков до начала интеграции.

В научном дискурсе сущность европейской идентичности рассматривается как совокупность характеристик, отличающих европейцев от неевропейцев в традициях, культуре, образе жизни и системе мышления.

При рассмотрении европейской идентичности преобладают два подхода:

1. Европейская идентичность как составляющая интеграционных процессов ЕС. В данном контексте, европейскую идентичность можно определить как самоидентификацию граждан Европейского союза.

2. Европейская идентичность как общность, сформированная в результате общих культурных и исторических процессов, а также обусловленная географической близостью. Она распространяется не только на страны-члены Европейского союза, но и на весь Европейский континент. При этом концепция европейской идентичности становится менее конкретной и порождает вопросы, вызванные дискуссией относительно определения понятия «Европа» [3]. Проведённый опрос подтвердил двойственность понимания европейской идентичности и у респондентов.

В научной среде не существует единой трактовки совокупности понятий, составляющих европейскую идентичность. Сложно выделить характерные элементы, присущие только европейской или национальной идентичности. Очень часто они переплетаются и дополняют друг друга [5: с. 57–64]. Исследовательский интерес представляет отношение молодых людей из стран-членов Европейского союза к европейской идентичности, так как они прожили всю или большую часть своей жизни в объединённой Европе, а значит, проводимая в ЕС политика по формированию общеевропейской идентичности повлияла на них в значительной мере.

Вопросы, касающиеся европейской идентичности, включены в анкеты Европейского социального исследования (ESS – European Social Survey) [21], которое проводится более чем в тридцати странах Европы каждые два года, что подтверждает актуальность темы исследования. Например, уровень европейской идентичности в анкете измеряется вопросом С10 «Насколько Вы эмоционально привязаны к Европе?», а уровень национальной идентичности представляет собой ответ на вопрос С9 «Насколько Вы эмоционально привязаны к своей стране проживания?». Такие же формулировки вопросов используются в анкете нашего исследования. Однако количественные опросы позволяют только получить статистические данные.

Наше исследование ставило своей целью обобщение представлений европейской молодёжи о европейской идентичности и совокупности составляющих её элементов, а также анализ тенденций формирования данной идентичности в странах Европы. Полученные результаты можно использовать для иллюстрации количественных опросов или как предварительные выводы, которые нуждаются в дальнейшем изучении. Мнение молодёжи о процессах евроинтеграции важно для понимания того, как выстраивать единую политику в ЕС. Результаты исследования позволяют оценить динамику формирования европейской идентичности в студенческой среде, которая в ближайшем будущем будет определять политику своих стран. Анализ процессов, происходящих в ЕС, факторов, определяющих самоидентификацию европейских граждан, можно использовать также для оценки идентификационных практик российской молодёжи. Поскольку значительная часть молодых россиян считают себя

носителями европейских ценностей, возникает вопрос, насколько представления российской молодёжи о европейской идентичности совпадают с её видением самими европейцами.

Одной из целей нашего исследования является определение основных элементов европейской идентичности с точки зрения студентов стран Европы, чтобы в дальнейшем сравнить эти показатели с представлениями молодых россиян. Полученные результаты могут служить стимулом для более масштабных исследований, а также использоваться российскими политиками и государственными структурами для прогнозирования интеграционных процессов в ЕС, что необходимо для проведения успешной внешней политики.

Европейская идентичность в научном дискурсе

В настоящее время концепция «европейской идентичности» часто используется в научной литературе при анализе процессов, протекающих в Европейском союзе. После подписания Маастрихтского договора контекст европейской интеграции стал более дискуссионным, и полемика вокруг понятия «европейская идентичность» обострилась. Вновь актуализировались вопросы о взаимосвязи между идентичностью, с одной стороны, и легитимностью институтов ЕС, перспективами интеграции и существованием ЕС – с другой. Крупномасштабное и продолжающееся расширение ЕС, перспектива членства в этом объединении Турции и Албании, рост миграции из стран Ближнего Востока и Африки, растущие споры по поводу сосуществования христианских, мусульманских и светских традиций на территории Европы представляют угрозу европейским культурным ценностям и актуализируют дискурсы об идентичности [15, р. 55–71].

Понятие «европейская идентичность» рассматривается в рамках следующих направлений исследований:

- изучение демократии и гражданства в ЕС [26., 17, 11];
- европеизация [27; 28, р. 247–271; 30; 31; 14];
- внешняя политика ЕС [20, р. 213–227; 8];
- евроскептицизм [29, р. 1–5; 6];
- миграция [23, р. 167–189; 22: р. 161–181; 12];
- региональная политика [15, р. 55–71; 9; 10].

Для большинства европейцев на первом месте по-прежнему остаётся идентификация себя с национальным государством. Соотношение между «исключительными националистами», обладающими только национальной идентичностью, и «инклюзивными националистами», которые ощущают себя европейцами, заметно различается в странах Европы. Это расхождение связано с отношением к европейской интеграции, которое преобладает в той или иной стране [29, р. 1–5].

По результатам опросов Евробарометра [24], 92% опрошенных привязаны к своему национальному государству, при этом 55% – «сильно привязаны», тогда как только половина респондентов (51%) ощущают привязанность к Европейскому союзу, включая 11% – «очень привязаны». При этом только 2% граждан ЕС ощущают себя исключительно европейцами. В то же время национальная привязанность граждан Португалии, Дании, Италии составляет 98–99%, Испании – 84%, Нидерландов – 85%. Наименьший процент граждан, привязанных к своей стране, в Бельгии – 82%.

При рассмотрении понятия «европейская идентичность» Брутер отмечает, что необходимо рассматривать культурную и историческую Европу (культурная Европа относится к более широкому понятию Европы как исторически и культурно встроенной сущности), с одной стороны, и политическую Европу (рассматривается в рамках ЕС) – с другой [16].

С расширением ЕС границы культурной и политической Европы всё больше пересекаются, что неизбежно ведёт к напряжённости между этими двумя концепциями [18, р. 161–185].

Ряд эмпирических исследований показывает, что происходит процесс «европеизации» локальной, национальной, гендерной и других идентичностей. Просматривается тенденция, что граждане, идентифицирующие себя как европейцы, поддерживают евроинтеграцию больше, чем идентифицирующие себя только с национальным государством.

Следует отметить, что новые восточноевропейские государства – члены ЕС мало чем отличаются от «старой Европы». Восточные европейцы в среднем не склонны быть более евроскептиками, чем жители Скандинавских стран или Великобритании, и в то же время они не являются еврофилами [29, р. 1–5].

Томас Риссе и другие эксперты отмечают, что уровень европейской идентичности варьируется в различных регионах Европы [31]:

- для континентальной Западной и Южной Европы характерен высокий уровень европейской идентичности;
- в Скандинавских странах и Великобритании преобладают «националистические идентичности»;
- в новых членах ЕС, странах Восточной Европы европейская идентичность принимает средние значения: уровень европейской идентичности не настолько высокий, как в Западной и Южной Европе, но и не настолько низкий, как в странах Северной Европы.

Концепция европейской идентичности также является предметом исследования российских учёных: М. В. Берендеева, Г. И. Вайнштейна, А. В. Дятлова, А. В. Кузнецова, И. С. Семененко, С. М. Хенкина и др. В российском дискурсе идентичности особо выделяют гражданскую идентичность (Л. М. Дробижева, С. Г. Семененко), объединяющую всех граждан государства. При этом С. Г. Семененко подчёркивает, что это понятие слабо актуализировано в европейском дискурсе в отличие от российского, так как «гражданская идентичность рассматривается как

«беспроблемная», имманентно присущая гражданину как обладателю демократических прав и свобод» [11]. С. М. Хенкин выделяет три основных уровня самоидентификации европейцев: национально-государственный, наднациональный и локальный. При этом для европейцев более значимой выступает национальная идентичность, за ней следует локальная (региональная) [13]. М. В. Берендеев отмечает, что концепция европейской идентичности довольно размытая, так как включает в себя разные исторические, политические, культурные, социальные и нормативные представления, а потому понимание термина «европейская идентичность» зависит от контекста [2]. Также исследователь подчёркивает существующие противоречия между теоретическими описаниями концепции европейской идентичности и результатами эмпирических исследований. А. В. Дятлов утверждает, что «структура национальной идентичности «сконструирована» на основе европейской идентичности, проекция которой для неё имеет идеологические основы» [7].

Методология исследования

При проведении исследования использовался метод глубинных интервью, включавших онлайн технологии (Skype, WhatsApp и Messenger). Онлайн формат был выбран в связи с широкой географией проживания респондентов, что затрудняло очное общение. Интервью проводились в период с февраля 2019 г. по апрель 2020 г. Все интервью были записаны на аудионоситель и впоследствии транскрибировались и кодировались. Полуструктурированные интервью включали открытые вопросы по тематике исследования. Вопросы затрагивали такие темы, как опыт путешествий по Европе и проживания респондентов в разных европейских странах, различия и сходства в менталитете между жителями европейских стран, отношение респондентов к европейской интеграции, идентификация себя с Европой, идентификация себя с национальным государством и др.

Интервью предшествовало анкетирование. Анкета включала 10 вопросов, два из которых совпадали с вопросами из Европейского социального исследования [21], что позволило соотнести полученные результаты с данными других исследований. Анкетирование проводилось с целью углубить и структурировать результаты исследования для лучшего понимания мнения респондентов. Анкеты включали в себя закрытые вопросы, в которых респондентам предлагалось по 10-балльной шкале оценить, насколько сильно они привязаны к своему национальному государству и к Европе, каково их отношение к европейской интеграции.

Кодирование проводилось в два этапа. На первом этапе выделялись основные категории и паттерны. На втором этапе категории пересматривались, из них выделялись центральные темы и подтемы. На заключительном этапе проведён анализ и сделаны основные выводы исследования.

Все интервью проводились на английском языке, что не позволило включить в выборку студентов, не владеющих английским языком, и определённым образом могло повлиять на результаты исследования.

Характеристика респондентов

В исследовании приняло участие 20 человек – все граждане европейских стран и на время интервью являлись студентами европейских вузов. Рекрутинг респондентов проводился через социальные сети. Небольшое количество респондентов обусловлено их труднодоступностью в условиях пандемии COVID-19. Кроме того, наше исследование является пилотным и предваряет более широкое исследование.

Возраст респондентов составил от 20 до 27 лет, средний возраст – 23,5 года. В исследовании участвовали представители десяти стран – членов ЕС: Нидерланды, Дания, Германия, Испания, Франция, Финляндия, Италия, Словения, Польша, Чехия; и трёх европейских стран, не входящих в состав ЕС, – Сербия, Молдавия, Исландия. Страны, не являющиеся членами Евросоюза, были выбраны с целью сравнить идентичность их жителей с идентичностью жителей стран, входящих в ЕС, и подтвердить или опровергнуть утверждение, встречающееся в научной литературе, о большом влиянии членства в ЕС на европейскую и национальную идентичность граждан.

По гендерному признаку респонденты распределились следующим образом: 8 девушек и 12 юношей.

В исследовании участвовали студенты профильных специальностей (политология, международные отношения, европейские исследования), которые хорошо разбираются в политике и европейских процессах (7 респондентов), и студенты непрофильных специальностей (экономика, менеджмент, инженерное дело, туризм, геология, право, литература) – 13 респондентов, которые, как предполагается, не настолько глубоко владеют темой. Данное допущение было сделано, чтобы описать мнение «специалистов» в данной тематике и далёких от предмета исследования молодых людей.

Согласно результатам анкетирования, у всех респондентов есть опыт путешествий в разные европейские страны, т. е. они имеют представление о жизни в других странах и непосредственно общались с их гражданами. Кроме того, 17 респондентов из 20 имели опыт проживания в другой европейской стране. Большинство из них это делали в рамках программы студенческих обменов Erasmus+ или других молодёжных стажировок.

Основные выводы исследования

Европейская идентичность

Большинство респондентов (14 человек) ощущают сильную привязанность к Европе, что свидетельствует о высоком уровне их европейской идентичности. У четверых наблюдается средний уровень европейской идентичности и только двое респондентов (девушки из Финляндии) слабо ощущают свою связь с Европой – 2 и 3 балла из 10 (см. рис. 1).

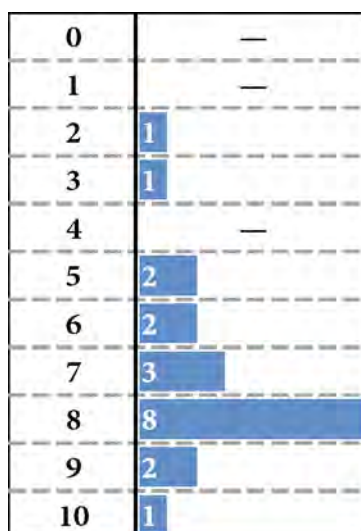


Рис. 1. Уровни европейской идентичности респондентов, в баллах

Figure 1. Levels of European identity of respondents (points)

Мнения респондентов, считают ли они себя европейцами, сильно разделились. Причём, европейцы отмечают, что усилению их европейской идентичности очень способствовала возможность путешествовать по Европе без визы и общаться с жителями других европейских стран: «*I was born in condition that I can go in other European country without visa or without passport, so this increases the feeling*»¹ (молодой человек из Италии, 23 года).

Несколько респондентов ответили, что они идентифицируют себя только со своей страной: «*I like my country, the country I was born and my nationality, so you can't all just take it away and say "Ok, I am European"*»² (молодой человек из Словении, 23 года).

Респонденты из стран, не входящих в ЕС, ощущают связь с Европой гораздо слабее. Например, девушка из Исландии заявила об отсутствии у себя европейской идентичности, объясняя это сильной привязанностью к своей стране и тем, что Исландия не является членом ЕС: «*Iceland isn't a part of the European Union so I think that's probably the number one thing. I would always consider myself an Icelander first and for the most*»³.

Европейская идентичность не является чем-то перманентным, т. е. она может изменяться в зависимости от контекста и ситуации. Так, респондент из Финляндии отметила, что её идентичность во многом зависит от страны, где она находится. Например, в Европе она не ощущает себя европейкой, в то время как в Америке европейская идентичность вышла бы для неё на первый план: «*I am European, but it's not like personal identity for me. If someone would ask "Who are you?", "European"*»

¹ «Я родился в таких условиях, что могу поехать в другую европейскую страну без визы или без паспорта, так что это усиливает чувство».

² «Мне нравится моя страна. Страна, в которой я родился, и моя национальность, поэтому нельзя просто отнять это и сказать: «Хорошо, я европеец».

³ «Исландия не является частью Европейского союза, поэтому я думаю, что это, наверное, причина номер один. Я всегда считала себя исландкой в первую очередь и больше всего».

wouldn't be a word that comes to mind. Maybe if I went to America or something like that, it would be a big part of my identity»¹ (девушка из Финляндии, 25 лет).

Только респондент из Германии сказал, что всю жизнь считал себя больше европейцем, чем гражданином Германии. Более того, он отметил, что жизнь в Европе была бы лучше, если бы и остальные придерживались такой позиции. Это поспособствовало бы сплоченности европейцев и усилению европейского сообщества: *«I've never felt as a German, like, I've felt as a European. And I think that's what other countries should also do it. All work out if we say "Yah, we all are Europeans"»*².

Понятие «европеец» и элементы европейской идентичности

Опрошенные молодые европейцы нередко не видят разницы в понятиях Европа и ЕС. Прежде всего это характерно для жителей стран Европейского союза. Хотя жители европейских стран, не входящих в ЕС, тоже часто говорят о Союзе, рассуждая на тему, что значит быть европейцем. Студенты, изучающие политику и историю ЕС, чётко осознают разницу в понятиях «ЕС» и «Европа», студенты непрофильных направлений часто проводят равенство между этими понятиями, используя их как синонимы, и европейская идентичность для них распространяется только на граждан ЕС. Однако при дальнейшем обсуждении и углублении в тему респонденты признают и то, что жители стран, не входящих в ЕС, тоже являются европейцами.

Определения, которые респонденты дают понятию «европеец», можно разделить на три группы:

1. Идентичность в контексте географической принадлежности: *«I am also definitely answer it's being the citizen of continent of Europe»*³ (молодой человек из Сербии, 24 года); *«It means that I live in Europe. Being a part of something bigger geographically and politically»*⁴ (девушка из Финляндии, 24 года).

2. Идентичность в контексте европейской интеграции: *«It means eager to be part of the EU project, Shengen zone, trade agreement, Erasmus program, currency, partnerships»*⁵ (молодой человек из Франции, 24 года).

¹ «Я европейка, но для меня это не персональная идентичность. Если бы кто-то спросил: «Кто ты?», на ум не пришло бы слово «европеец». Может, если бы я поехала в Америку или что-то в этом роде, это стало бы большей частью моей личности».

² «Я никогда не чувствовал себя немцем, я чувствовал себя европейцем. И я думаю, что это то, что должны делать и другие страны. Все получится, если мы скажем: «Ага, мы все европейцы»».

³ «Я тоже однозначно отвечаю, что являюсь гражданином Европейского континента».

⁴ «Это означает, что я живу в Европе. Быть частью чего-то большего географически и политически».

⁵ «Это означает желание быть частью проекта ЕС, Шенгенской зоны, торгового соглашения, программы Erasmus, валюты, партнёрства».

3. Европейская идентичность в контексте единых ценностей: «... *having certain values that correspond with the European mindset*»¹ (молодой человек из Сербии, 22 года).

Только один респондент (молодой человек из Дании, 26 лет) высказал мнение, что европейской идентичности не существует, назвав её «иллюзией»: «*I think that it's just a very strange generalization or I don't think it should be used. Same way as you can't say what is the typical African, what is the typical Asian, what is the typical... I would say as well that the idea of European is an illusion that doesn't exist*»².

Респонденты обращают внимание на то, что у европейской молодёжи разных стран идентичные паттерны поведения, интересы и хобби, особенно выделяют любовь к путешествиям: «*I would say that the young people in Iceland and Italy as with most of Europe are very similar. They have similar interests, similar hobbies, like to travel as much as they can*»³ (девушка из Исландии, 24 года).

Многие респонденты акцентируют внимание на том, что идентичные паттерны поведения особенно проявляются в странах одного региона (средиземноморский, скандинавский или др.). Респонденты выделяют следующие элементы европейской идентичности: единые стандарты, хороший уровень образования, демократия, свобода, безопасность, мобильность, любовь к путешествиям, религия, единая валюта.

Респонденты в первую очередь обращают внимание на общие ценности Европейского союза, такие как свобода передвижения, демократия, хорошее образования и др., а менталитет и культура уходят на второй план.

Тем не менее некоторые респонденты отмечают, что сложно выделить характеристики европейской идентичности, так как на территории Европы и ЕС проживает множество народов с различными культурами. Многие респонденты поддерживают экономическую интеграцию, тогда как политическая и культурная вызывает опасения многих респондентов, особенно представителей Восточной Европы.

Участники исследования выделили культуру и экономику в качестве основных факторов, влияющих на формирование различий между жителями европейских стран:

- Образ жизни, обусловленный разницей в экономическом развитии. Ряд респондентов отметили различия в качестве жизни между странами, влияющие на образ жизни.

¹ «... Иметь определённые ценности, соответствующие европейскому мышлению».

² «Я думаю, что это просто очень странное обобщение, и не считаю, что его следует использовать. Точно так же, как вы не можете сказать, что является типичным для африканца, что типично для азиата, ... Я бы также сказал, что идея европейца – это иллюзия, которой не существует».

³ «Я бы сказала, что молодые люди в Исландии и Италии, как и в большинстве стран Европы, очень похожи. У них схожие интересы, схожие хобби, они любят путешествовать, сколько могут».

- **Открытость.** Наиболее часто респонденты упоминали именно степень открытости людей. Наиболее закрытыми посчитали жителей стран Северной Европы, наиболее открытыми – Южной Европы.
- **Менталитет.** Некоторые респонденты (из Италии, Франции и стран Восточной Европы) отметили влияние религии на менталитет европейцев.
- **Приверженность традициям (консерватизм)** присуща в большей степени странам Южной и Восточной Европы. Например, итальянцы более консервативны, чем исландцы.
- **Пунктуальность.** Респонденты особо акцентируют внимание на пунктуальности, говоря, что в некоторых странах к опозданиям относятся лояльнее, чем в других: «*When you have a meeting in the Netherlands it's in usual that it will start 10 minutes later or 15 minutes and in Germany it will be exactly on time*»¹ (молодой человек из Нидерландов, 24 года).
- **Стиль жизни.** Говоря о стиле жизни, европейцы снова проводят параллели между европейскими регионами, подчёркивая, что в Южной и Восточной Европе жизнь более расслабленная, в то время как в странах Северной и Западной Европы темп жизни быстрый, а отдых менее значим.
- **Семья.** Отношение к семье различается в европейских странах. Например, в Италии связь между детьми и родителями гораздо крепче, чем в Германии: «*Italians are still very conservative when it regards to the women working and not working when they are pregnant and staying at home with the child and that kind. Whether in Iceland it's expected that everyone works equally all the time and fathers always also take you know the leaves when they have their child and everything that so it's more equal than in Italy everything*»².
- **Знание английского языка.** Респонденты отметили, что хуже всего знают английский язык жители Италии, Испании и Франции.
- **Режим питания.** Многие отмечают различия во времени приёма пищи и в рационе. Чаще всего сравнивают граждан стран Южной Европы, которые склонны ужинать гораздо позже, чем граждане стран Северной и Центральной Европы.

Говоря о различиях внутри Европы, респонденты выделяют четыре региона в соответствии с региональным делением, принятым в ООН: Южная, Восточная, Западная и Северная Европа. Жители Южной и Восточной Европы имеют близкие паттерны поведения, ментальность, стиль жизни [32]. Им противопоставляется население стран Северной

¹ «Когда у вас встреча в Нидерландах, обычно она начинается на 10 минут позже или на 15 минут, а в Германии – точно вовремя».

² «Итальянцы по-прежнему очень консервативны в отношении женщин, работают они или нет, когда они беременны, остаются дома с ребёнком и тому подобное. В то время как в Исландии все работают одинаково всё время, и отцы всегда тоже берут ... отпуск (по уходу за ребёнком, если надо) и всё такое, так что это более равноправно, чем в Италии, во всём».

Европы. Жители стран Западной Европы, по мнению респондентов, имеют характеристики, присущие жителям как Южной и Восточной, так и Северной Европы.

Респонденты выделяют различия и внутри отдельных стран:

- Различия в экономическом развитии между регионами страны (например, север и юг Италии): *«We know that there is a lot of differences between the North and the South of Italy. The main differences in the worker way. In the North they more work, the time of work is more long. In the South there is more free time. This is the big problem. Because in the North, for the historical reason, there are more industry, office and in the South no»*¹ (девушка из Италии, 25 лет).

- Различия между городами и сельскими местностями: *«In Serbia you can have that luxury in Belgrade and in cities. But if you go to some small rural villages you don't have that. Yeah, maybe you have clean water and like you're safe, but you don't have the modern luxury of medicine»*² (молодой человек из Сербии, 22 года).

Следует отметить, что респонденты из Сербии и Молдавии, говоря о Европе, отмечают свою близость с российской идентичностью, которая основана на общем прошлом (страны социалистического блока), религии, ценностях, традициях, культуре: *«Our traditions are similar, our history, we share, our religion is the same. And somehow it's always like easy to us to understand your situation and for you to understand our situation because we were in the similar position. So without Russia probably Serbia wouldn't exist nowadays»*³ (молодой человек из Сербии, 24 года).

Несмотря на то, что респонденты назвали больше различий, чем сходств между жителями европейских стран, большинство из них смогли дать определение понятию «европеец». Стоит отметить, что наблюдались различия между студентами, обучающимися по разным направлениям. Студенты политологии и европейских исследований в первую очередь обращали внимание на политические аспекты, тогда как студенты других специальностей отмечали чаще культурные, экономические или географические особенности.

Национальная идентичность

Абсолютное большинство респондентов (18 человек) отмечают большую значимость для себя национальной идентичности (см. рис. 2).

¹ «Мы знаем, что между севером и югом Италии много различий. Основные отличия в способе работы. На севере больше работают, дольше работают. На юге больше свободного времени. Это большая проблема. Потому что на севере по исторической причине больше промышленности, офисов, а на юге нет».

² «В Сербии вы можете иметь такую роскошь в Белграде и в городах. Но если вы поедете в какие-то маленькие деревушки, у вас этого нет. Да, может быть, у вас есть чистая вода и вы в безопасности, но у вас нет современной медицины».

³ «Наши традиции похожи, мы разделяем нашу историю, наша религия такая же. И почему-то нам всегда легко понять вашу ситуацию, а вам понять нашу ситуацию, потому что мы были в аналогичном положении. Так что без России, наверное, сейчас не было бы Сербии».

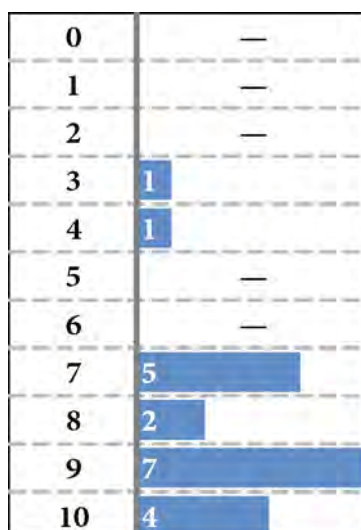


Рис. 2. Уровни национальной идентичности респондентов, в баллах
 Figure 2. Levels of national identity of respondents (points)

Респонденты из Германии и Нидерландов не чувствуют привязанности к своей стране. Молодой человек из Нидерландов сказал, что он стремится скрыть свою национальность; это связано с тем, что многие люди ассоциируют Нидерланды с наркотиками или футбольными игроками: «*I often try to hide to say it. Because the only thing that foreigners say is “Amsterdam”, “weed” and some football players, so I don’t think it’s really important to tell where are you from*»¹ (молодой человек из Нидерландов, 24 года).

Описывая элементы идентичности жителей своей страны, респонденты отмечали свободу, безопасность, гражданство, уровень жизни, ценности (например, «liberty, equality and fraternity»² во Франции); черты характера: чувство юмора и скептицизм (Чехия); упрямство, гордость и независимость (Сербия); обеспокоенность насчёт прошлого страны (Германия); прямоту (Нидерланды); трудолюбие и спокойствие (Финляндия); семью, религию, историю страны, патриотизм, язык, национальные напитки и еду.

Если при описании европейской идентичности респонденты акцентировали внимание на экономическом и политическом аспектах, то в характеристике национальной идентичности они фокусируются на культурных особенностях (история, религия, язык).

Такие характеристики, как свобода, равенство, безопасность, уровень жизни, респонденты называли и среди присущих европейской идентичности. Таким образом, для респондентов (молодых европейцев) эти элементы присущи и национальной, и европейской идентичности.

Отношение к европейской интеграции

Более половины респондентов (12 человек) положительно оценивают европейскую интеграцию (более 7 баллов из 10), 6 респондентов относятся к интеграции нейтрально (5 баллов из 10). Среди респондентов нет тех, кто относится к интеграционным процессам негативно – менее 5 баллов (см. рис. 3).

¹ «Я часто пытаюсь скрыть это. Потому что иностранцы говорят только «Амстердам», «травка» и некоторые – «футболисты»; поэтому я не думаю, что важно говорить, откуда вы».

² «Свобода, равенство и братство».

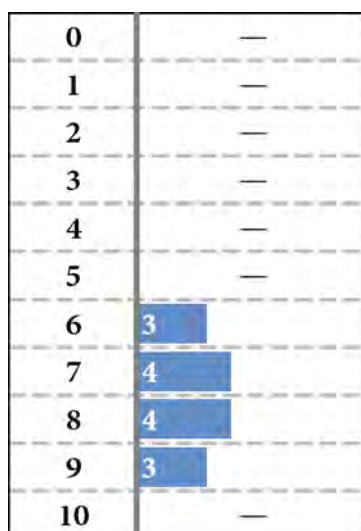


Рис. 3. Отношение респондентов к евроинтеграции, в баллах
 Figure 3. Respondents' attitude to European integration (points)

К преимуществам европейской интеграции респонденты отнесли: единый европейский рынок; единое образовательное пространство; единое правовое пространство; свободу передвижения; субсидии от ЕС; безопасность.

Несмотря на то, что в целом отношение к европейской интеграции у респондентов скорее положительное, они отмечают, что ценность интеграции дифференцирована для разных стран: «*I mean it's very different for each country what European integration means and how you go about the European integration. But I'm very pro Europe and pro the European integration*»¹ (девушка из Исландии, 24 года).

Многие респонденты подчёркивают преимущества экономической интеграции, но у них вызывает сомнение необходимость интеграции в политической и культурной сферах.

Участники исследования отмечают, что на современном этапе ЕС сталкивается с серьёзными вызовами (экономический кризис, миграционный кризис, кризис солидарности, Брекзит и рост евроскептических настроений): «*Сложности действовать как единый союз, при этом оставаясь разными странами, которые к тому же играют разную роль внутри ЕС*» (молодой человек из Сербии, 24 года).

Многие респонденты отмечали, что институты ЕС испытывают затруднения по поводу разрешения кризисных явлений и дальнейшего развития ЕС: «*I think in this current EU, even EU itself is not sure about where they are right now. And they all like we have Brexit and we have many other countries that want to leave EU*»² (девушка из Польши, 21 год).

¹ «Я имею в виду, что это для каждой страны очень по-разному, что означает европейская интеграция и как вы относитесь к европейской интеграции. Но я очень за Европу и за европейскую интеграцию».

² «Я думаю, что в нынешнем ЕС, и даже сам ЕС, не уверены в том, где они сейчас находятся. И им всем нравится, что у нас есть Brexit, и есть много других стран, которые хотят выйти из ЕС».

Опрошенная молодёжь делит ЕС на «старую» и «новую» Европу, между которыми заметна существенная разница в экономическом и политическом развитии, а также в менталитете. Респонденты говорят о том, что в ряде стран (прежде всего в Польше) у власти находятся правые партии, и это противоречит принципам ЕС.

По мнению респондентов, жители стран, не входящих в состав ЕС, не имеют единого мнения по поводу вступления их страны в Союз. Они говорят о том, что нужно просчитать все положительные и отрицательные последствия такого решения и действовать в интересах своей страны. Два респондента заявили, что их мнение на этот счёт сильно изменилось за последние несколько лет. Если раньше они полностью поддерживали присоединение их страны к ЕС, то сейчас они не могут дать однозначный ответ на этот вопрос. Такие колебания связаны с кризисами ЕС, которые были отмечены выше, а также со сложной экономической ситуацией в стране. Они опасаются экономических сложностей для своих стран после присоединения к Союзу. В пример приводят Грецию, Болгарию и Польшу, чья экономика пострадала при вступлении в ЕС: *«If you had asked me like five years ago “Do I want Serbia to join the European Union?”, I would be like “Yeah I think it would be better”. But now with the way the political climate is I really don’t know»*¹ (молодой человек из Сербии, 22 года).

По мнению опрошенной молодёжи, в странах постсоветского блока (Сербия, Молдавия, Черногория) половина населения не поддерживает вступление их стран в ЕС, что обусловлено опасениями потерять суверенитет страны. Кроме того, центром притяжения для многих остаётся Россия, что обусловлено историческим и культурным прошлым. Респонденты отмечают, что молодое поколение скорее поддерживает вступление в ЕС, в то время как старшее более ориентировано на Россию. Они отмечают, что в любом случае необходимо поддерживать дружеские отношения с Европейским союзом.

Один респондент из стран – не членов ЕС, девушка из Исландии, безусловно поддержала идею вступления своей страны в ЕС: *«I think it would be a great idea for Iceland to join the European Union. Mostly just because I think it would stabilize our livelihood a bit. I think the Europe might be more stable for us. And also I keep thinking it would open more doors for Icelandic youth to explore the world a bit more»*².

Евроинтеграция способствует тому, что люди становятся более толерантными, но при этом необходимо сохранить культурные особенности и знать историю своей страны: *«You start accepting others peo-*

¹ «Если бы вы спросили меня пять лет назад: «Хочу ли я, чтобы Сербия присоединилась к Европейскому союзу?», я бы ответил: «Да, я думаю, было бы лучше». Но сейчас, с таким политическим климатом, я действительно не знаю».

² «Я думаю, что для Исландии было бы отличной идеей вступить в Европейский союз. В основном потому, что это немного стабилизирует нашу жизнь. Думаю, Европа могла бы быть для нас более стабильной. А ещё я продолжаю думать, что это откроет перед исландской молодёжью больше возможностей для более глубокого познания мира».

ple's opinions, other people. But still trying to not forgot who we are and what you have being taught. Like not to forget your history and your ancestors»¹ (молодой человек из Словении, 23 года).

Респонденты апеллируют к тому, что некоторые страны уже давно вовлечены в процесс европейской интеграции, но при этом их национальная идентичность остаётся неизменной и важной для них. Поэтому нет основания предполагать, что в ближайшем будущем национальная идентичность утратит свою значимость.

Заключение

На основании проведённого нами исследования можно сделать следующие выводы:

- Студенты профильных направлений чётко осознают разницу в понятиях «ЕС» и «Европа». Студенты непрофильных направлений часто ставят знак равенства между этими понятиями, используя их как синонимы, и европейская идентичность для них распространяется только на граждан ЕС.

- Представители молодёжи из стран – членов ЕС часто путают понятия «Европа» и «Европейский союз». Для многих из них эти понятия равнозначны. Европейская идентичность для них распространяется только на граждан ЕС. Жители стран, не входящих в ЕС, имеют более чёткое понимание разницы между Европой и ЕС. Данный вывод подтверждает теорию Брутера [16] о том, что, говоря о Европе, молодые европейцы часто ориентируются на определение «политической Европы». С ростом интеграционных процессов и усилением политических институтов ЕС границы между «политической», «культурной», «исторической» и «географической» Европой стираются, и именно «политическая Европа» выходит на первый план. В странах, которые в меньшей степени вовлечены в процесс интеграции, это стирание границ происходит не так быстро. Поэтому они более чётко видят различия между культурной, исторической, географической и «политической Европой» (ЕС).

- Респонденты также используют географическое определение Европы и считают европейцами жителей всех европейских стран. В таком контексте европейская идентичность перестаёт быть так называемым «проектом Европейского союза», основанным прежде всего на ценностях и принципах ЕС, а становится более широким понятием. В таком случае европейцами можно назвать жителей всех стран Европейского континента, включая Россию, Украину и др. Тогда термин «европейская идентичность» теряет культурные и поведенческие характеристики и отражает только принадлежность к континенту.

¹ «Вы начинаете принимать мнение других людей. Но всё же стараетесь не забывать, кто вы и чему вас учили. Хотелось бы не забыть свою историю и своих предков».

- По мнению опрошенных представителей молодёжи, менталитет, привычки, уклад жизни жителей разных странах Европы имеют свою специфику, особенно для старшего поколения.

- Респонденты проводят различия между странами Северной, Западной, Южной и Восточной Европы. Они подчёркивают, что страны Восточной и Южной Европы похожи друг на друга, им противопоставляются страны Северной Европы. Такое же выделение регионов предлагается Томасом Риссе и другими исследователями.

- Несмотря на различия между регионами и странами, большинство респондентов считают, что общеевропейская идентичность существует. Под нею понимается наличие у жителей Европы общих ценностей, поведенческих и культурных паттернов. Главными элементами европейской идентичности являются: единые стандарты, хороший уровень образования, демократия, любовь к путешествиям, свобода, безопасность, религия, мобильность.

- Многие респонденты ощущают себя европейцами, однако и для них национальная идентичность более значима. Таким образом, европейская идентичность не представляет угрозы национальной идентичности, обеспокоенность об исчезновении которой высказывали некоторые респонденты.

- Обсуждая процессы европейской интеграции, участники исследования делят Европу на «старую» (страны – основатели ЕС) и «новую» (новые члены ЕС), что подтверждает теоретические утверждения исследователей Маркса и Хуге, которые подчёркивают различия между странами «старой» и «новой» Европы. «Старая» Европа представляется прогрессивной и успешно интегрированной, тогда как «новая» Европа часто сталкивается с проблемами и кризисами в связи со вступлением в ЕС. Респонденты объясняют эти проблемы тем, что новые члены ЕС часто не готовы к интеграции по экономическим, политическим, историко-культурным причинам.

- В целом опрошенные студенты, как из стран – членов ЕС, так и из стран, не входящих в ЕС, поддерживают идеи европейской интеграции, однако дальнейшее развитие ЕС вызывает у них серьёзные опасения. Значимая часть респондентов считает, что необходима только интеграция в сфере экономики и образования.

Данное исследование показало, что респонденты не могут дать определение понятию «европеец». Но при этом большинство считает себя европейцами и смогли назвать элементы европейской идентичности. Следует отметить, что и в научном дискурсе нет однозначного определения понятию «европеец».

Данная статья вносит вклад в развитие европейских исследований, в частности исследований, посвящённых интеграции и европейской идентичности. Изучение идентичности позволяет лучше понять социальные и политические процессы, происходящие в Европе, и, как следствие, прогнозировать векторы европейского развития.

Результаты исследования актуальны и для России, так как современная российская идентичность не имеет чёткой структуры, а в последние годы претерпевает серьёзные изменения. Всё чаще, как в политическом и научном дискурсах, так и в повседневной жизни, возникает вопрос о дальнейшем развитии России – следовать ли ей за Европой или продолжать свой «особый путь». Этот вопрос актуален и для молодёжной аудитории, которая только выбирает траектории самоидентификации.

В научном дискурсе существует мнение о важности изучения опыта формирования европейской идентичности для конструирования российской идентичности, так как Россия является многонациональным государством, внутри которого проживают представители разных этнических групп, конфессий, культур [1].

Современные российская и европейская идентичности находятся на стадии формирования. Как отмечают респонденты, европейская идентичность основывается на единых ценностях. Наше исследование показало, что молодые европейцы легко называют основные ценности ЕС. Следует отметить, что в современной России не сформулированы базовые ценности, консолидирующие общество, на основании которых можно конструировать общероссийскую идентичность.

Результаты проведённого исследования совпадают с утверждениями некоторых российских экспертов [13; 3], что современная Европа, несмотря на процессы интеграции, по-прежнему остаётся Европой регионов. Для современной России проблема регионализации и её влияние на формирование российской идентичности не менее актуальны. В России так же, как и в Европе, можно выделить регионы по географическому признаку (европейская и азиатская части России, север и юг, центр и периферия), по уровню экономического развития, по этническому составу.

Результаты данного исследования отражают мнения о европейской идентичности, существующие у представителей студенческой молодёжи Европы, и могут быть использованы в качестве дополнения к количественным исследованиям европейской идентичности, в сравнительных исследованиях европейской и российской идентичностей или исходными данными для более широкого исследования. Разумеется, выборка, на которой проводилось данное исследование, невелика, потому и сделанные нами выводы не являются достаточно фундированными и могут рассматриваться как предварительные. Но авторы планируют проверить данные выводы на более широком поле в ходе последующих масштабных исследований.

Библиографический список

1. Александрова Н. В. Опыт формирования европейской идентичности и его значение для России // Вестник Санкт-Петербургского университета, 2008. Серия 6. Вып. 4. С. 4–8.

2. Берендеев М. В. «Европейская идентичность» сегодня: категория политической практики или дискурса? // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта, 2012. Серия: Гуманитарные и общественные науки. Вып. 6. С. 70–79.

3. Вайнштейн Г. И. Европейская идентичность. Возникающая реальность или фантом? 2009 // URL: <http://politcom.ru/8315.html> (дата обращения: 24.02.2021).

4. Вайнштейн Г. И. Европейская идентичность: желаемое и реальное. 2009 // URL: <https://www.politstudies.ru/files/File/2009/4/9.pdf> (дата обращения: 01.03.2021).

5. Викторова Е. В., Петренко Д. А. Социальные и культурные аспекты формирования европейской идентичности // Формирование современной европейской идентичности в рамках интеграции ЕС: социальное и культурное измерения: сборник научных статей. СПб: СПбГЭУ, 2018. С. 57–64.

6. Грибовский В. С. Семейная политика евроскептиков Германии, Австрии и Швейцарии // Научно-аналитический Вестник Института Европы РАН, 2019. № 3. С. 54–57.

7. Дятлов А. В., Гугуева Д. А. Национальная идентичность – как основа европейской идентичности // Вестник НГУЭУ. 2017. № 1. С. 230–241.

8. Еремина Н. В. Внешняя политика ЕС: сложности и перспективы // <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/vneshnyaya-politika-es-slozhnosti-i-perspektivy/> (дата обращения: 17.03.2021).

9. Кузнецов А. В. Региональная политика стран ЕС / Центр европейских исследований // М.: ИМЭМО РАН, 2009. 230 с.

10. Кузнецов А. В. Об особенностях региональной политики после 2020 года // Научно-аналитический вестник ИЕ РАН, 2018. № 6. С. 20–25.

11. Семененко И. С. Идентичность в современном научном и политическом дискурсах // О III-их субботних политологических чтениях, проводимых школой политических исследований Института общественных наук РАНХиГС совместно с РАПН и Академией политической науки 19.09.2020 // URL: <https://www.madipi.ru/images/uploads/112-121> (дата обращения: 27.02.2021).

12. Сунгуров А. Ю. Миграционная политика: сравнительный анализ зарубежного опыта и некоторые рекомендации для России // Публичная политика – 2010. Сборник статей. СПб: Норма, 2011. С. 59–75.

13. Хенкин С. М. Мозаика самоидентификации европейцев: как выстраиваются приоритеты. 2014 // URL: http://www.perspektivy.info/book/mozaika_samoidentifikacii_jevropejcev_kak_vystrajvajutsa_prioritety_2014-09-15.htm (дата обращения: 25.02.2021).

14. Шульга М. А. Европеизация: некоторые особенности одного концепта // Век глобализации. 2015. Вып. № 1 (15).

15. Bourne A. European Identity: Conflict and Cooperation // Lynggaard K., Manners I., Lufgren K. (eds). *Research Methods in European Union Studies*. Palgrave Studies in European Union Politics. Palgrave Macmillan, London. 2015. Pp. 55–71.
16. Bruter M. *Citizens of Europe? The Emergence of a Mass European Identity*. Palgrave Macmillan UK, 2005. 221 p.
17. Castiglione D. Political Identity in a Community of Strangers' // *European Identity*, Checkel J. T., Katzenstein P. J. (eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 2009. Pp. 29–51.
18. Citrin J., Sides J. More than nationals: how identity choice matters in the new Europe. R. K. Herrmann, T. Risse and M. Brewer (eds), *Transnational Identities. Becoming European in the EU*, Lanham, MD: Rowman & Littlefield, 2004. Pp. 161–185.
19. Deutsch K. W. *Political Community and the North Atlantic Area. International Organization in the Light of Historical Experience*. Princeton: Princeton University Press, 1957. Pp. 68–86.
20. *European Identity*. Edited by Jeffrey T. Checkel and Peter J. Katzenstein. New York: Cambridge University Press. 2009. 280 p.
21. European Social Survey (ESS). Round 9 Data 2018. Data file edition 1.2. NSD. Norwegian Centre for Research Data, Norway. Data Archive and distributor of ESS data for ESS ERIC.
22. Faas D. Youth, Europe and the Nation: The Political Knowledge, Interests and Identities of the New Generation of European Youth. *Journal of Youth Studies*, 2007. 10:2. Pp. 161–181.
23. Favell A. Immigration, migration, and free movement in the making of Europe. *European identity*. 2009. Pp. 167–189.
24. Flash Eurobarometer 472: Public opinion in the EU regions // URL: https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2219_472_ENG. (дата обращения: 28.02.2021).
25. Haas E. B., Dinan D. *The uniting of Europe: Political, social, and economic forces, 1950–1957*. Stanford: Stanford University Press. 1958. Vol. 311. Pp. 105–116.
26. Habermas J. *The divided West*. John Wiley & Sons. 2014. ISBN: 9780745635194
27. Harmsen R., Wilson T. M. *Europeanization: Institutions, Identities and Citizenship*. Rodopi. 2000. Vol. 14.
28. Herrmann R. K., Risse T., Brewer M. B. European Institutions and Identity Change. What Have We Learned? in *Transnational Identities*. Lanham MD: Rowman & Littlefield. 2004. Pp. 247–271.
29. Hooghe L., Marks G. Does identity of economic rationality drive public opinion on European integration? *Political Science and Politics*. 2004. vol. 37, no. 3, pp. 415–420.
30. Risse T. Neofunctionalism, European identity, and the puzzles of European integration. *Journal of European Public Policy*, 2005. 12:2, pp. 291–309.

31. Risse T. A. Community of Europeans? Transnational Identities and Public Spheres. Cornell University Press, 2015. 287 p.

32. The United Nations. Standard Country or Area Codes for Statistical Use. Online version. 1999 // URL: <https://unstats.un.org/unsd/methodology/m49/> (дата обращения: 20.11.2020).

Статья поступила: 21.02.2021

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Викторова Елена Владимировна, кандидат экономических наук, МВА, директор, Международный информационно-аналитический центр, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия.

Петренко Дарья Александровна, аналитик, Международный информационно-аналитический центр, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия.

Власова Наталья Владимировна, кандидат философских наук, аналитик, Международный информационно-аналитический центр, Санкт-Петербургский государственный экономический университет, Санкт-Петербург, Россия.

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.698

Integration Processes and Identity: A View of the European Youth

Elena V. Viktorova

International Analytic Centre, St. Petersburg State University of Economics, St.Petersburg, Russia

E-mail: elena.viktorova@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-2370-7872

Daria A. Petrenko

International Analytic Centre, St. Petersburg State University of Economics, St.Petersburg, Russia

E-mail: dariia.petrenko.1@gmail.com

ORCID ID: 0000-0001-5849-5585

Natalia V. Vlasova

International Analytic Centre, St. Petersburg State University of Economics, St.Petersburg, Russia

E-mail: nostashova@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0001-9631-7296

For citation: Viktorova E. V., Petrenko D. A., Vlasova N. V. Integration processes and identity: a view of the European youth. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 39–61. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.698.

Abstract. The presented article, based on the empirical study materials, examines the concept of European identity and the attitude to the European integration of the young people in a number of the EU countries. The relevance of the study is determined by the lack of a clear definition of the concept of “European identity” in the scientific discourse, as well as the need to assess to what extent the opinion of Europeans, in particular of the younger generation, coincides with the statements of researchers in this field. The objective of this study is to determine how representatives of European youth understand European identity, to highlight its main elements and assess the impact of European integration processes on the formation of European and national identities. Students from European countries were selected as the target group of the study, since their worldview was formed in the context of a united Europe. The research was carried out within the framework of the Erasmus + Jean Monnet Project “Transformation of identities in Europe and Russia in modern conditions” (Project No. 611458-EPP-1-2019-1-RU-EPPJMO-PROJECT). In conducting the research, the in-depth interview was chosen as the main method.

The results of the study showed that respondents, whilst identifying themselves as Europeans, still find their national identity more important. Among the elements of European identity, the respondents name, first of all, “European values” (mobility, freedom, democracy), as well as cultural (religion) and behavioral characteristics (love of travel). The study results are preliminary and allow us to identify the most significant trends in the formation of the modern European identity, that will serve as the basis for further research.

Key words: European identity, national identity, European Union, European integration, youth, in-depth interviews

References

1. Alexandrova N. V. Opyt formirovaniya evropejskoj identichnosti i ego znachenie dlja Rossii. [The experience of the formation of European identity and its significance for Russia]. Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. 2008. Series 6, No 4. P. 4–8. (In Russ.)
2. Berendeev M. V. “Evropejskaja identichnost’” segodnja: kategorija politicheskoy praktiki ili diskursa? [“European identity” today: a category of political practice or discourse?]. Vestnik Baltijskogo federal'nogo universiteta im.I. Kanta. Serija: Gumanitarnye i obshhestvennye nauki. 2012. No 6. P. 70–79. (In Russ.)
3. Vaynshtejn G. I. Evropejskaja identichnost'. Voznikajushhaja real'nost' ili fantom? [European identity. An emerging reality or a phantom?]. 2009. Accessed 24.02.2021. URL: <http://politcom.ru/8315.html> (In Russ.)
4. Vaynshtejn G. I. Evropejskaja identichnost': zhelaemoe i real'noe. [European identity: wishful thinking and reality]. 2009. Accessed 01.03.2021. URL: <https://www.politstudies.ru/files/File/2009/4/9.pdf> . (In Russ.)
5. Victorova E. V., Petrenko D. A. Social and cultural aspects of the formation of European identity. Formirovanie sovremennoy evropejskoj identichnosti v ramkah integracii ES: social'noe i kul'turnoe izmerenija [Formation of modern European identity in the framework of EU integration: social and cultural dimensions]. Saint-Petersburg: SPbSUE publishing house, 2018. P. 57–64. (In Russ.)
6. Gribovskiy V. S. Semejnaja politika evroskeptikov Germanii, Avstrii i Shveysarii. [Family policy of Eurosceptics in Germany, Austria and Switzerland]. Scientific and Analytical Bulletin of the Institute of Europe of the Russian Academy of Sciences. 2019. No 3. Accessed 03.03.2021. URL: <https://arxiv.gaugn.ru/s2618-79140000621-8-1-ru-107/> (In Russ.)
7. Diatlov A. V., Gugueva D. A. Nacional'naja identichnost' – kak osnova evropejskoj identichnosti [National identity – as the basis of European Identity]. Bulletin of Novosibirsk State University of Economics and Management. 2017. Issue 1. P. 230–241. (In Russ.)
8. Eremina N. V. Vneshniaja politika ES: slozhnosti i perspektivy. Oficial'ny portal Rossiyskogo Soveta po mezhdunarodnym delam. [EU Foreign Policy: Difficulties and Prospects. The official portal of the Russian Council for International Affairs.]. Accessed 17.03.2021. URL: <https://russiancouncil.ru/analytics-and-comments/analytics/vneshnyaya-politika-es-slozhnosti-i-perspektivy/> (In Russ.)
9. Kuznetsov A. V. Regional'naja politika stran ES. Centr evropejskih issledovanij. [Regional policy of the EU countries. Center for European Studies]. Moscow: IWEIR RAS publ., 2009. 230 p. (In Russ.)
10. Kuznetsov A. V. Ob osobennostiakh regional'noy politiki posle 2020 goda. [On the specifics of regional policy after 2020]. Nauchno-analiticheskyy bulleten Instituta Evropy RAN. 2018. No 6. P. 20–25. (In Russ.)
11. Semenenko I. S. Identity in Modern Scientific and Political Discourses. O Tret'ikh subotnikh politologicheskikh chtenijakh, provodimyykh shkoloy politicheskikh issledovaniy instituta obshhestvennykh nauk RANHiGS sovместno s RAPN i Akademiej politicheskoy nauki. [About the third Saturday Political Science Readings held by the School of Political Studies of the Institute of Social Sciences of the RANEPА in cooperation with the RAPN and the Academy of Political Science]. Accessed 27.02.2021. URL: <https://www.madipi.ru/images/uploads/112-121>. (In Russ.)
12. Sungurov A. Y. Migracionnaja politika: sravnitel'ny analiz zarubezhnogo opyta i nekotorye rekomendacii dlja Rossii. [Migration policy: a comparative analysis of foreign experience and some recommendations for Russia]. Publichnaja politika. SPb: Norma. 2011. P. 59–75 (In Russ.)
13. Henkin S. M. Mozaika samoidentifikatsiy evropejcev: kak vystraivajutsia priority. [The mosaic of European Self-identification: how priorities are built]. 2014. Accessed 25.02.2021. URL:http://www.perspektivy.info/book/mozaika_samoidentifikacii_jevropejcev_kak_vystraivajutsia_priority_2014-09-15.htm. (In Russ.)

14. Shul'ga M. A. Evropeizatsija: nekotorye osobennosti odnogo koncepta. [Europeanization: some features of one concept]. Vek globalizacii. 2015. No 1. P. 88–95. (In Russ.)
15. Bourne A. European Identity: Conflict and Cooperation // Research Methods in European Union Studies. Palgrave Studies in European Union Politics. Ed. By K. Lynggaard , I. Manners , K. Lufgren. London: Palgrave Macmillan, 2015. P. 55–71.
16. Bruter M. Citizens of Europe? The Emergence of a Mass European Identity. London: Palgrave Macmillan, 2005. 221 p.
17. Castiglione D. Political Identity in a Community of Strangers' // European Identity, Checkel J. T., Katzenstein P. J. (eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 2009. Pp. 29–51.
18. Citrin J., Sides J. More than nationals: how identity choice matters in the new Europe. Transnational Identities. Becoming European in the EU. Ed. by R. K. Herrmann, T. Risse and M. Brewer. Lanham, MD: Rowman & Littlefield. 2004. P. 161–185.
19. Deutsch K. W. Political Community and the North Atlantic Area. International Organization in the Light of Historical Experience. Princeton: Princeton University Press. 1957. P. 68 – 86.
20. European Identity. Ed. by J. T. Checkel, P. J. Katzenstein. New York: Cambridge University Press, 2009. 280 p.
21. European Social Survey (ESS). Round 9 Data 2018. Data file edition 1.2. NSD. Norwegian Centre for Research Data. Norway. Data Archive and distributor of ESS data for ESS ERIC.
22. Faas D. Youth, Europe and the Nation: The Political Knowledge, Interests and Identities of the New Generation of European Youth. Journal of Youth Studies. 2007. 10:2. P. 161–181.
23. Favell A. Immigration, migration, and free movement in the making of Europe. European identity. 2009. P. 167–189.
24. Flash Eurobarometer 472: Public opinion in the EU regions. Accessed 28.02.2021. URL: https://data.europa.eu/euodp/en/data/dataset/S2219_472_ENG.
25. Haas E. B., Dinan D. The uniting of Europe: Political, social, and economic forces, 1950–1957. Stanford: Stanford University Press. 1958. Vol. 311. P. 105–116.
26. Habermas J. The divided West. John Wiley & Sons. 2014. ISBN: 9780745635194
27. Harmsen R., Wilson T. M. Europeanization: Institutions, Identities and Citizenship. Rodopi. 2000. Vol. 14.
28. Herrmann R. K., Risse T., Brewer M. B. European Institutions and Identity Change. What Have We Learned? Transnational Identities. Lanham MD: Rowman & Littlefield, 2004. P. 247–271.
29. Hooghe L., Marks G. Does identity of economic rationality drive public opinion on European integration? Political Science and Politics. 2004. Vol. 37. No. 3. P. 415–420.
30. Risse T. Neofunctionalism, European identity, and the puzzles of European integration. Journal of European Public Policy. 2005. Vol. 12. No 2. P. 291–309.
31. Risse T. A. Community of Europeans? Transnational Identities and Public Spheres. Cornell University Press., 2015. 287 p.
32. The United Nations. Standard Country or Area Codes for Statistical Use. Online version. 1999. Accessed 20.11.2020. URL: <https://unstats.un.org/unsd/methodology/m49/>

The article was submitted on: February 21.2021

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Elena V. Viktorova, candidate of economic sciences, MBA, Head of International Analytic Centre, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia
 Daria A. Petrenko, Analyst of International Analytic Centre, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia
 Natalia V. Vlasova, candidate of Philosophical sciences, Analyst of International Analytic Centre, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, Russia

ТЕМА НОМЕРА

СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ И ТРАНСФОРМАЦИИ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ: ПРОЦЕССЫ В РОССИИ И ЕВРОСОЮЗЕ

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.699

Представление о социальном протесте у молодёжи российского Дальнего Востока

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ
в рамках научного проекта № 20-011-31-518

Ссылка для цитирования: *Марин Е. Б.* Представление о социальном протесте у молодёжи российского Дальнего Востока // Вестник Института социологии. 2021. Том 12. № 1. С. 62–92. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.699

For citation: Marin E. B. The idea of social protest among Russian youth of the Far East. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 62–92. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.699



Марин Егор Борисович^{1,2}

¹ Морской государственный университет им. Г. И. Невельского, Владивосток, Россия

² Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия

egor-marin@yandex.ru

AuthorID ПИНЦ: 377935

Аннотация. В публикации представлены материалы семантической реконструкции представлений о различных формах социального протеста у молодёжи двух возрастных групп по материалам эмпирического исследования, проведённого в 2020 г. В ходе исследования были опрошены две социально-демографические группы молодёжи г. Владивостока: студенты высших учебных заведений в возрасте 18–24 года и молодые взрослые в возрасте 25–30 лет. Проведённая семантическая реконструкция позволила реконструировать структурно-содержательные характеристики представлений молодёжи о пяти значимых формах коллективного протеста: петиции, митинге, забастовке, бунте и восстании. Были выявлены смысловые связи форм протеста с экзистенциальными и политическими ценностями молодёжи. Удалось реконструировать и эмоциональный компонент представлений о протестных феноменах. Была определена категориальная структура семантического пространства представлений о формах протеста. К общим категориям, выделенным на основе ассоциаций, относятся «ценности и цели», «субъекты», «эмоции», «характеристики явления», «протест» и «культурные и исторические коннотации». К общим категориям оценивания протеста, по данным семантического дифференциала (СД), относятся «Интеллектуальность и честность», «Лицемерие и корыстность (честность)», «Мир – агрессивность», «Сила». Данные категории, выделенные на материале ассоциаций, в сопоставлении с категориями мышления, полученными с применением факторного анализа данных семантического дифференциала, позволяют реконструировать как рациональный, так и неосознаваемый уровни

представлений о протесте. Сравнительный анализ представлений о разных формах протеста показывает, что митинг наиболее близок молодёжи на эмоциональном уровне. На рациональном уровне положительно оценивается и петиция, при этом молодёжь обеих групп недовольна неэффективностью её реализации. Молодые люди не связывают радикальные формы протеста (бунт и восстание) со значимыми для себя ценностями и целями. На аффективном уровне они воспринимаются в основном негативно. В целом выявленные категории позволяют реконструировать структуру организации субъективного опыта восприятия разных форм политического и социального протеста двух возрастных групп молодёжи. Данные, полученные в настоящем исследовании, могут быть полезны для последующих исследований протестного сознания, использованы государственными органами власти и партиями в практической работе.

Ключевые слова: представление, протест, политическое сознание, психосемантика, митинг, Владивосток, молодёжь

Актуальность

В истории и культуре России разного рода протесты и восстания всегда играли большую роль. Можно вспомнить периодические народные бунты и восстания в Российской империи, революцию 1917 г. изменившую мировую историю. Политические процессы в стране нередко представляли собой маятник, колеблющийся между крайностями, – пассивной лояльностью и бунтом. В последние годы была достигнута относительная стабильность общества и власти, основания которой иногда именуют «общественным договором». Однако протестное начало в российском обществе всё чаще напоминает о себе.

Дальний Восток России не является исключением и также представляет собой довольно интересный регион с точки зрения протестной активности. В последние два-три года здесь наблюдались заметные протесты политического характера. Можно вспомнить волну стихийных протестов во время выборов губернатора во Владивостоке в 2018 г. В последнее время внимание привлёк Хабаровск с его небезынтересными событиями лета 2020 г. Митинги солидарности с Хабаровском проходили во многих других городах региона.

Вопрос, является ли последний по времени всплеск протестов в регионе случайным явлением, или протестный потенциал, особенно у молодых, растёт быстрее, чем ожидали – ждёт своего изучения.

В большинстве социальных и политических протестов последних лет большую роль играет молодёжь. В силу своих социальных и психологических характеристик она всегда выступает пограничным и наиболее активным социальным слоем. И сегодня на арену политики в нашей стране активно выходят новые поколения. В уличных протестах заметны всё более молодые участники. Означает ли это, что новые поколения россиян более склонны к протесту и более позитивно к нему относятся?

Исходя из этого, представляется полезным обратиться к анализу протестного сознания российской молодёжи. В ходе данного исследования мы предприняли изучение структурно-содержательных характеристик протестного сознания молодёжи Дальнего Востока, а также сравнение представлений о протесте у двух возрастных групп: студенческой молодёжи в возрасте 18–24 года и молодых взрослых в возрасте 25–30 лет.

Изученность темы

Исследования представлений о политических явлениях, а также психологических механизмов политических феноменов, проводятся в рамках нескольких направлений.

Одним из наиболее значимых направлений является отечественная политическая психология. Ряд ценных исследований был проведён на кафедре социологии и психологии политики факультета политологии МГУ им. Ломоносова. Исследователи Е. Б. Шестопал, А. Л. Зверев, С. В. Нестерова, И. С. Палитай разработали свою методологию изучения образов политических феноменов, включая образы политиков и партий [6; 19; 20; 21].

При разработке своего подхода они исходили из представления, что образ политических объектов содержит как рациональный компонент, так и бессознательный. Поэтому для полноценного анализа этих явлений необходимо сочетание социологических и психологических методик. Рациональный уровень изучался методом фокусированного интервью, а бессознательный – ассоциативным экспериментом и проективными методами.

В ходе масштабных исследований массового политического сознания россиян авторы осуществили анализ как рациональных, так и бессознательных аспектов (с помощью проективных методов, ассоциаций и метода неоконченных предложений) образов политиков и власти в России. Обобщив данные исследований, авторы пришли к выводу, что образы действующей власти рассматриваются населением с точки зрения их морально-нравственной привлекательности. Данный подход представляется результативным и опирающимся на серьёзную методологию. Однако в его рамках подробно ещё не изучалась тема восприятия протеста.

Устройство механизмов коллективного протестного поведения рассматривалось в рамках различных социально-психологических направлений. Одной из первых попыток объяснить участие в протестах предпринято в рамках теории относительной депривации Дж. Дэвиса и С. Стауффера [23]. Испытывая групповую депривацию либо мотивированные гневом, члены группы пытаются изменить своё положение, что напрямую стимулирует социальный протест либо отказ от борьбы (из-за депрессии). В настоящий момент существует несколько социально-психологических моделей коллективной протестной активности. Так, модель

коллективной активности, основанной на социальной идентичности, была разработана Мартином ван Зомереном с соавторами [29]. Авторы пришли к выводу, что коллективная активность порождается сочетанием трёх факторов: идентичности с группой, которая оказалась в несправедливом положении, группового гнева (эмоции) и коллективной эффективности (представление о способности группы справиться с проблемами). При этом именно идентичность актуализирует другие факторы.

В некоторых работах были выделены два эмоциональных пути протеста: маршрут гнева, основанный на эффективности, ведущей к нормативному действию, и путь презрения, ведущий к ненормативному поведению, когда законные каналы закрыты [24; 30].

В своей модели Ван Стакельберг объединил обиды, эффективность, индивидуальность и эмоции. Модель отводит центральную, интегрирующую роль процессам идентификации [27; 28].

Изучалось и влияние взаимодействия в сетях на склонность к участию в политике [25; 26]. Социальные сети предоставляют ресурсы и возможность объединения недовольных.

Таким образом, в социально-психологических моделях протестное поведение рассматривается как результат нескольких основных факторов: социальной идентичности, групповых эмоций, коллективной эффективности. Оказавшись под давлением проблем и испытывая групповую депривацию, группа ищет выход из положения. Выбор того или иного пути реализации протеста зависит от конкретной конфигурации этих факторов.

Большой вклад в изучение протестности внесла и отечественная социология. В нашей стране большой вклад в изучение проблемы внесли Р. Х. Салахутдинова, О. И. Габа, А. В. Петрушина, Ю. А. Акунина [1; 5; 14; 15]. Различные аспекты протестных настроений и поведения молодёжи продуктивно изучают Г. В. Баранова, Ю. А. Красин, Д. Волков, М. М. Назаров, Е. Н. Соломатина [2; 4; 7; 8; 18] и др.

Как полагает Г. В. Баранова, социальная активность имеет разные формы (как конструктивные, так и более противоречивые), вплоть до деструктивных форм протестной активности [2, с. 143]. Д. В. Бушуев осмысливает протестное поведение как вид политического участия, для которого характерно публичное выражение индивидом или социальной группой недовольства социально-политической системой через протестные действия [3, с. 15]. О. И. Габа, анализируя причины протестной активности молодёжи, пишет о завышенных притязаниях молодёжи к себе и окружающим, осознании невозможности самореализации в полной мере (субъективный фактор), катализированных внешними социальными и политическими условиями (объективный фактор) [5, с. 148]. Таким образом, в рамках социологического анализа были раскрыты многие социальные причины молодёжного протеста.

Относительно новым подходом к изучению психологических аспектов политических феноменов является психосемантический подход. В 1990-х гг. в нашей стране методы психосемантики стали применяться

для исследования политического менталитета. Так, В. Ф. Петренко и О. В. Митина разработали свой подход к изучению политического менталитета методами психосемантики [13]; ими было реконструировано семантическое пространство политических партий [11], а также имидж государства [12].

При немалых достижениях данного подхода в изучении политического менталитета, он ещё не применялся к анализу протестного сознания. При этом данный подход обладает несомненными возможностями для глубокого анализа представлений о политике, структур политического мышления и аффективных компонентов политического сознания. Поэтому мы предприняли попытку применить для изучения представлений о протесте психосемантические методы.

Методы

В данной статье описывается реконструкция представлений разных групп молодёжи о формах социального и политического протеста, выполненная с применением психосемантического подхода.

Психосемантические методы включают такие способы изучения психических явлений, которые позволяют выявить индивидуальные и групповые системы значений и смыслов и установить связи между ними. При этом смысл шире значения. Значение – это только сам предмет, а смысл (или смыслы) превосходит его. Смысл – это предназначение предмета, польза от него (поэтому лишённый смысла означает бессмысленный). Смысл какого-либо феномена для разных людей может быть разным и зависеть от контекста, прошлого опыта и понимания явления.

Для проведения нашего исследования мы избрали такой гибкий и надёжный метод, как ассоциативный эксперимент, а также методику семантического дифференциала (СД).

Метод ассоциаций относится к одному из первых проективных методов и является наиболее разработанной техникой семантического анализа. Он позволяет изучить представления группы людей об исследуемом объекте, лексикон и лексические связи, осуществить поиск ключевых стимулов и оценочных шкал при создании семантического инструментария и т. д.

Применение метода свободных вербальных ассоциаций даёт возможность выявить систему представлений респондентов, являясь инструментом с большим количеством степеней свободы [16]. Этот метод применим и к рассмотрению эмоциональных аспектов представлений о протесте.

Характеристика содержания и методики применения методов психосемантики представлена в работах В. Ф. Петренко, В. П. Серкина и А. Г. Шмелёва [9; 10; 16; 22].

В ходе проведения ассоциативного эксперимента респондентам было предложено дать несколько ассоциаций на каждый стимул. В качестве стимулов выступали следующие формы коллективного социального протеста: петиция, митинг, забастовка, бунт, восстание.

Первичный список форм коллективного протеста составлялся на основе анализа научной литературы. Учитывался также и медиа-контент по социальному и политическому протесту. В случае существования двух форм протеста, очень близких по значению (например, бунт и мятеж), в итоговом списке стимулов мы оставляли одну. Была проведена экспертная оценка форм протеста представителями двух изучаемых возрастных групп молодёжи, рассмотревшими известность и понятность каждой из представленных форм. В списке были оставлены актуальные и знакомые молодёжи формы коллективного протеста. Представленные в данном перечне формы расположены по возрастанию активности и жёсткости протеста. Список включал как конвенциональные, так и неконвенциональные формы протестного политического участия. Были реконструированы представления респондентов о пяти формах коллективного протестного поведения: петиции, митинге, забастовке, бунте и восстании с применением ассоциативного метода.

Для анализа полученных данных составлена собственная классификация ассоциативного материала, при этом ведущую роль играл структурно-функциональный подход. Классификация прежде всего отражала внутреннюю структуру выявленного набора ассоциаций. Категории выстраивались «вслед» за полученным материалом. Кроме того, классификация проводилась с учётом задач исследования.

Представленный респондентами первичный список ассоциаций к каждому стимулу был классифицирован по указанной методике и редуцирован. Одинаковые ассоциации были объединены. Для анализа использованы неслучайные, повторяющиеся у группы реакции (групповые ассоциативные универсалии). При размере группы испытуемых от 5 до 99 человек следует считать неслучайными (значимыми) ассоциациями с частотой $v=4$ (уровень значимости выбранных описаний $p=0,01$) [17, с. 24]. В число значимых ассоциаций нами были также включены ассоциации с частотой $v=3$.

Помимо ассоциативного эксперимента использовалась методика семантического дифференциала (СД), который представляет собой набор шкал для выявления субъективных представлений испытуемых. Нами был составлен пилотажный вариант СД для оценки протеста, включающий 17 шкал. За основу были взяты шкалы хорошо известных СД. Часть шкал, описывающих «силу», «активность» и «оценку» явления, была позаимствована из классического СД Чарльза Осгуда. Вторая группа шкал личностного характера была взята из личностного СД А. Г. Шмелёва [22]. В итоге была составлена компактная методика для оценки форм протеста. В составлении методики принимала участие студентка специальности «психология» ДВФУ Варламова Софья.

Выборка

Опрос проходил в апреле–мае 2020 г. во Владивостоке. Всего в исследовании приняли участие 130 человек двух возрастных групп: студенческая молодёжь 18–24 лет (70 человек, студенты вузов города разных направлений подготовки) и молодёжь 25–30 лет, или молодые взрослые (60 человек, люди различных профессий, с разным уровнем образования).

Опрашивались по 10 человек каждого возраста (18, 19 лет и так далее). Соотношение женщин и мужчин в выборке было равным. Две эти группы были выбраны для опроса в силу того, что среди категорий молодёжи именно они играют наиболее активную роль в жизни региона. Гипотеза исследования состояла в предположении, что представления о протесте у молодёжи разного возраста будут иметь особенности.

Представление молодёжи о петиции

В ходе проведения ассоциативного эксперимента от возрастной группы 18–24 лет было получено 269 ассоциаций на стимул «петиция», а от возрастной группы 25–30 лет – 266 ассоциаций. Из полученного материала были выделены ассоциативные универсалии с частотой $v=3$.

Таблица 1 (Table 1)

Ассоциации респондентов на стимул «петиция», по возрастным группам*
Respondents' associations to the "petition" stimulus, by age group

Категории ассоциаций	Молодёжь 18–24 года	Молодёжь 25–30 лет
Ценности и цели	Перемены (8), привлечение внимания (5), мнение (4), права (3), защита прав (3)	Перемены (8), улучшение (4), права (5), возможности (4), мнение (3), обращать внимание (3)
Субъекты	Люди (10), власть (3)	Правительство (6), коллектив (6), народ (4), человек (3), бюрократия (3)
Характеристики явления	Подпись (17), требования (8), бумага (6), поддержка (5), просьба (7), сбор (6), мирная (6), массовая (5), обращение (5), прошение (4), договор (4), change.org (4), согласие (3), официальная (3), решение (3), интернет (3)	Сбор (12), подпись (10), прошение (8), требования (6), поддержка (6), бумага (4), информация (4), время (4), обращение (3), отделяться (3), объединение (3), улица (3), высказывание (5)
Негативная символика	Бесполезная (4), неэффективная (4), бессмысленная (3), туалетная бумага (3)	Неэффективная (10), бесполезная (9), отсутствие результата (4)
Эмоции	-	Разочарование (3)
Протест	Протест (3)	-
Исторические и культурные коннотации	-	-

*В скобках здесь и далее указано количество ассоциаций.

В категории «ценности и цели» присутствуют выраженные ассоциации с переменами, правами, привлечением внимания. При этом у молодых взрослых таких ассоциаций больше. Это означает, что представление о данной форме протеста и выражении мнения связано с рядом важных смыслов для обеих групп молодёжи. Петиция связывается в сознании респондентов с надеждой на перемены, с защитой прав, возможностью привлечь внимание к тем или иным проблемам.

В категории «характеристики явления» преобладают характеристики, отражающие назначение петиции и синонимичные понятия: прошение, договор, требование, просьба, обращение. Обилие ассоциаций в данной категории показывает, что эта форма политического участия молодёжи обеих групп очень хорошо известна и понятна.

Ряд ассоциаций связывают петиции с информационными технологиями (ИТ), такими как интернет и сервис онлайн-петиций Change.org. Можно предположить, что формат петиции вполне вписан в современную среду и понятен молодёжи. Данная форма протеста в сознании респондентов не связана с прошлым, с наследием прошлых эпох. Она воспринимается как вполне современная.

Несмотря на то, что эта форма протеста хорошо понятна молодёжи, в сознании обеих групп есть ассоциации «бесполезная», «неэффективная». Причём в сознании молодых взрослых эти ассоциации более выражены, присутствуют групповые ассоциации: «неэффективная» (10), «бесполезная» (9), «отсутствие результата» (4), «разочарование» (3).

Респонденты 25–30 лет испытывают разочарование в связи с неэффективностью такой формы выражения своего мнения. Мы полагаем, это важный факт, свидетельствующий, что данный канал выражения мнения масс и мирного протеста не работает в полной мере, часть респондентов разочарована в нём.

Обращает на себя внимание, что петиция ассоциируется с мирным волеизъявлением молодёжи. В категории «протест» (в отличие от других форм протеста) почти нет ассоциаций с силовым давлением на власть, насилием и революцией. Можно сказать, что в протестном сознании молодёжи петиция стоит несколько особняком, мало ассоциируясь с более активными и более жёсткими формами протестной активности.

Таким образом, молодёжь имеет хорошее представление о данной форме протеста, понимает её значение. В коллективном сознании подписание петиций связано с важными смыслами. Петиция связывается в сознании респондентов с надеждой на перемены, с защитой прав, возможностью привлечь внимание к тем или иным проблемам. При этом присутствует сомнение и недоверие к эффективности такого метода отстаивания своих прав.

Как мы полагаем, потенциал данной формы выражения общественного мнения и протеста по тем или иным причинам не раскрыт в полной мере. Руководству государства стоило бы обратить внимание на её возможности.

Представление молодёжи о митинге

При проведении опроса возрастная группа 18–24 года предоставила 325 ассоциаций на стимул «митинг», а группа 25–30 лет – 292 ассоциации. Из полученного материала были выделены ассоциативные универсалии с частотой $v=3$.

Таблица 2 (Table 2)

Ассоциации респондентов на стимул «митинг», по возрастным группам
Respondents' associations to the "rally" stimulus, by age group

Категории ассоциаций	Молодёжь 18–24 года	Молодёжь 25–30 лет
Ценности и цели	Свобода (10), права (7), справедливость (5), демократия (4), свобода слова (4), перемены (5), воля (3), Конституция (3), мнение (3)	Свобода (7), самовыражение (6), права (5), мнение (5), демократия (4), справедливость (3), поддержка (3), перемены (3)
Субъекты	Люди (10), народ (7), власть (6), толпа (6), оппозиция (5), массы (4)	Люди (11), народ (9), власть (7), толпа (5), милиция (3), оппозиция (3), человек (3), оратор (3)
Лидеры	Навальный (7)	Путин (4)
Характеристики явления	Политика (8), плакаты (5), требования (5), масштабный (4), громко (3), площадь (3), отстаивать (3)	Лозунг (5), транспарант (4), плакат (4), противостояние (4), политика (4), санкционированный (3), стихийный (3), улица (3), оглашать (3), лидер (3), объединение (3)
Негативная символика	Насилие (3), аресты (3), агрессивный (3), подавление (3), несправедливость (3), бессмысленный (3), коррупция (3)	Коррупция (4), крик (4), ограничение (3), шум (3)
Эмоции	Недовольство (7)	Недовольство (4)
Протест	Протест (15), борьба (6), бунт (5), собрание (4), акция (3)	Протест (11), шествие (5), сбор (4), демонстрация (3), акция (3)
Исторические и культурные коннотации	-	Болотная (3), Майдан (3), повышение пенсионного возраста (3)

В категории «ценности и цели» присутствуют выраженные ассоциации с ключевыми политическими и экзистенциальными ценностями. У обеих групп митинги связываются с понятиями: свобода, права, справедливость, демократия. При этом в юношеской группе более выражены ассоциации со свободой (10), волей (3) и правами (7). Мы полагаем, что митинг как форма публичной активности созвучен обострённому стремлению данного поколения к свободе.

У молодых взрослых дополнительно присутствуют ассоциации «самовыражение» и «мнение». Для этой возрастной группы участие в митингах ощущается как самореализация, возможность быть услышанными.

Ассоциации с понятием «справедливость» свидетельствуют об определённом стремлении бороться за справедливость через данные массовые акции, т. е. митинги (вероятно, как и родственные им демонстрации), рассматриваются как инструмент борьбы за справедливость, защиты своих прав. У обеих групп митинги связываются со стремлением к переменам, надеждой на изменения. Кроме того, данная форма активности рассматривается и как атрибут демократии.

В категории «негативная символика» обе возрастные группы связывают митинги с недовольством, что логично. Кроме того, есть ассоциация с коррупцией и несправедливостью, которые, скорее всего, относятся к причинам митингов.

В семантическом поле стимула «митинг» у юношеской группы присутствует и ассоциация с репрессивными мерами (подавление, аресты). У группы 18–24 года есть ассоциация «бесмысленный», что может означать сомнения в полезности данной формы.

В категории «протест» мы видим, что у обеих групп митинги связываются с протестом, при этом у юношеской группы они на неосознаваемом уровне связываются с борьбой, бунтом. У более старшей молодёжи митинги воспринимаются скорее как мирные, ассоциируясь с шествием, демонстрацией.

Участников митингов обе группы склонны связывать чаще с понятием «народ» и «люди», чем с толпой. Для обеих групп субъектами протестных митингов являются, с одной стороны, народ, люди; с другой, – власть и милиция. Присутствует так же ассоциация «оппозиция», относящаяся к роли оппозиционных сил в организации митингов. Можно предположить, что митинги рассматриваются как выражение общественного мнения, своего рода форма прямой демократии. Ассоциация «власть» может означать как сторону, противостоящую митингующим, так и собственно «власть в стране». В таком случае митинг воспринимается как форма борьбы за эту власть.

В категории «лидеры» оказались фигуры президента В. Путина и оппозиционного организатора митингов А. Навального. Эти фигуры являются оппозиционными друг другу. «Власть» в общественном сознании присутствует как вторая сторона протестных событий. Одним полюсом протестов являются «люди», «народ» (которые иногда бывают и «толпой»), другой стороной является власть.

В категории «характеристики явления» присутствуют атрибуты митингов: плакаты, лозунги, требования, улица, площадь. Атрибуты и условия соответствуют городской среде. При этом группа 25–30 лет различает понятия санкционированных и стихийных митингов, она более грамотна в политико-правовом плане.

В коллективной памяти группы 25–30 лет присутствуют образы протестов на Болотной площади, Майдана и протестов против повышения пенсионного возраста.

Как показал данный анализ, для обеих групп молодёжи протестные митинги есть выражение экзистенциальной потребности в свободе. Митинг как форма политического участия созвучен в психологии моло-

дѣжи на сознательном и бессознательном уровне. Митинги воспринимаются в основном позитивно, ассоциируясь с ключевыми политическими и экзистенциальными ценностями. У обеих групп митинги связываются с понятиями свободы, справедливости, демократии, прав человека. Данная форма протеста воспринимается молодѣжью как проявление прямой демократии в условиях города.

Представления о забастовке

На стимул «забастовка» от возрастной группы 18–24 лет было получено 284 ассоциации, а от группы 25–30 лет – 285 ассоциаций.

Таблица 3 (Table 3)

Ассоциации респондентов на стимул «забастовка», по возрастным группам
Respondents' associations to the "strike" stimulus, by age group

Категории ассоциаций	Молодѣжь 18–24 года	Молодѣжь 25–30 лет
Ценности и цели	Права (4), условия (4), заработная плата (3)	Заработная плата (8), права (4), цель (4)
Субъекты	Рабочие (11), люди (6), руководство (4), власть (3), полиция (3), профсоюз (3), коллектив (3)	Рабочие (16), люди (6), шахтѣры (4), профсоюз (3), начальство (3)
Характеристики явления	Требования (12), остановка (7), отказ (6), завод (5), плакат (4), работа (4), отстаивать (4), длительная (3), массовая (3)	Требования (6), работа (6), завод (5), простой (5), молчание (4), добиваться (3), предприятие (4), выступить (3)
Эмоции	Недовольство (8)	Недовольство (7)
Негативная символика	Голод (11), обман (4), крик (4), утомительная (3)	Голод (14), безрезультативная (4), усталость (3), кризис (3)
Протест	Протест (10), бунт (6), борьба (4), сопротивление (3)	Протест (10), борьба (4), пикет (3), бунт (3)
Исторические и культурные коннотации	Европа (5)	Европа (4), всеобщая (4)

В категории «ценности и цели» присутствуют ассоциации с правами и экономическими ценностями («заработная плата»). Категория «ценности и цели» в реконструкции представлений о забастовке менее насыщена, чем в реконструкции представлений о митинге и петиции. Она почти не связывается с политическими и экзистенциальными ценностями, в основном воспринимается как средство борьбы за экономические права.

У обеих групп субъектами забастовки являются, с одной стороны, рабочие и профсоюз, с другой, – представители администрации предприятия и власти. Чаще всего участники забастовки в материалах ассоциаций обозначаются как «рабочие». Это означает, что данная форма протеста в основном связана в сознании молодѣжи с промышленностью, что подтверждается ассоциациями «завод», «предприятие».

Забастовка связывается обеими группами молодёжи с требованиями, заводом, отказом от работы. Причиной её выступает «недовольство», а у группы 18–24 года ещё и «обман». Выраженной ассоциацией у обеих групп является также «голод»; скорее всего, это означает связь с такой формой протеста, как голодовка. У обеих групп забастовка ассоциируется с усталостью, у молодых взрослых также с понятием «безрезультатная».

В категории «протест» присутствуют ассоциации с бунтом и борьбой. Данная форма рассматривается как активная и довольно жёсткая форма протеста.

В категории «исторические и культурные коннотации» присутствуют ассоциации с Европой. Такая форма протеста действительно исторически связана с Европой; возможно, забастовка воспринимается как «западная» форма протеста. Понятие «всеобщая забастовка» связано, скорее всего, с исторической памятью о массовом протесте в Российской империи. У группы 25–30 лет забастовки связываются с шахтёрами, что может быть памятью о протестах 1990-х гг.

Забастовка воспринимается молодёжью как активная форма борьбы за свои права. При этом она ассоциируется больше с рабочими, условиями промышленного предприятия, в основном воспринимается как средство борьбы за экономические права, но почти не связывается с политическими и экзистенциальными ценностями. Эта форма протеста хорошо знакома молодёжи обеих групп, имеет связи с исторической памятью.

Представление о бунте

В этом блоке ассоциативного эксперимента на стимул «бунт» мы получили 270 ассоциаций от возрастной группы 18–24 лет, а от возрастной группы 25–30 лет – 267 ассоциаций. Молодёжь обеих групп примерно в равной степени знакома с данным явлением.

При анализе ассоциаций к стимулу «бунт» обращает на себя внимание, что категория «ценности и цели» почти не наполнена. Нельзя исключить, конечно, что для кого-то из респондентов целью является сама борьба. Но если анализировать ассоциативное поле с точки зрения политических, социальных или экзистенциальных ценностей и целей борьбы, то их почти нет. У юношеской группы присутствует только ассоциация «смена власти».

Напротив, категория «негативная символика» наполнена богатым содержанием. У обеих групп бунт имеет групповые ассоциации «кровавый», «преступление», «смерть», «хаос». При этом у группы 18–24 года таких ассоциаций больше, они связаны с разрушением, анархией, страхом. Смысловой анализ показывает обилие негативных ассоциаций, которые связывают бунт с кровью и разрушением. Напротив, связи с созиданием почти нет.

Таблица 4 (Table 4)

Ассоциации респондентов на стимул «бунт», по возрастным группам
Respondents' associations to the "riot" stimulus, by age group

Категории ассоциаций	Молодёжь 18–24 года	Молодёжь 25–30 лет
Ценности и цели	Смена власти (7)	-
Субъекты	Народ (8), люди (6), полиция (3)	Народ (6), толпа (5), власть (5), люди (3), крестьяне (3)
Характеристики явления	Требования (6), несогласие (5), подавление (4), быстрый (3), оружие (3)	Несогласие (5), нехватка (4), сильный (3), стихийный (3)
Негативная символика	Кровавый (11), агрессивный (6), преступление (6), смерть (5), хаос (4), анархия (3), разрушение (3)	Кровавый (7), преступление (6), смерть (5), хаос (4), пожар (3)
Эмоции	Недовольство (8), ярость (7), страшный (3)	злость (4)
Протест	Восстание (9), борьба (6), мятеж (6), протест (4), противостояние (4), революция (3)	Восстание (6), революция (4), борьба (3)
Исторические и культурные коннотации	«Бессмысленный и беспощадный» (6), соляной (5), мем «бунд» (3), корабль (3)	«Бессмысленный и беспощадный» (3), соляной (3), Пугачёв (3), поднять на вилы (3), корабль (4), отечество (3)

Среди эмоций, связанных с данной формой протеста, обе группы указали ярость (злость); а группа 18–24 года – недовольство и такую ассоциативную универсалию, как «страшный». С этой формой протеста положительные эмоции не ассоциируются.

В категории «протест» у обеих групп присутствуют ассоциации с восстанием, борьбой и революцией. У группы 18–24 лет подобных ассоциаций больше, например, есть связь «бунта» с такой формой восстания, как «мятеж». Обилие ассоциаций с вооружёнными формами протеста в данной категории подтверждает, что в сознании респондентов она воспринимается в качестве одной из самых жёстких и насильственных.

В категории «исторические и культурные коннотации» присутствуют разнообразные ассоциации с событиями прошлого и литературными образами. Респонденты приводили крылатую фразу о русском бунте из произведения А. С. Пушкина: «Бессмысленный и беспощадный». В коллективной памяти присутствует также Соляной бунт, а у группы 25–30 лет – Пугачёв.

Смысловой анализ показал, что бунт ассоциируется с кровью и разрушением, связывается в представлении респондентов с наиболее насильственными формами протеста, имеет много негативных ассоциаций. Напротив, связи с какими-либо созидательными ценностями и целями почти нет. Молодёжь обеих групп не воспринимает его как осмысленную форму протеста. На бессознательном уровне бунт связан с агрессией, недовольством и смертью.

Можно сказать, что эта форма протеста становится актуальной при наличии у молодежи большого заряда негативных эмоций, позволяет выплёскивать их в борьбе и разрушении.

Представление молодежи о восстании

Группа молодежи в возрасте 18–24 года дала 301 ассоциацию на стимул «восстание». Возрастная группа 25–30 лет предоставила 289 ассоциаций.

Таблица 5 (Table 5)

Ассоциации респондентов на стимул «восстание», по возрастным группам
Respondents' associations to the "rebellion" stimulus, by age group

Категории ассоциаций	Молодёжь 18–24 года	Молодёжь 25–30 лет
Ценности и цели	Смена власти (8), справедливость (6), перемены (6), возможности (3)	Свобода (6), смена власти (5)
Субъекты	Власть (14), народ (8), люди (8), массы (6), полиция (3)	Народ (9), власть (8), люди (5), военные (5)
Характеристики явления	Против (5), оружие (4), огонь (3), поднимать (3), стихийное (3), подавленное (3), стрельба (3), вооружённое (3)	Стрельба (3), политика (3), сильное (4), крайняя мера (4), оружие (4), баррикады (3)
Негативная символика	Агрессивное (6), смерть (5), хаос (4), жертвы (3), кровавое (3), анархизм (3), боль (3)	Смерть (9), преступления (6), кровавое (5), боль (3), ссылка (3)
Эмоции	Недовольство (7), гнев (3), злость (3), страх (3)	Ужас (3), страх (3)
Протест	Революция (14), переворот (6), борьба (6), война (4), бунт (3)	Борьба (9), переворот (8), революция (6), война (6), мятеж (4), бунт (4), гражданская война (3)
Исторические и культурные коннотации	Декабристы (5), история (4)	Ленин (5), царь (4), декабристы (3), красные (3), история (4), СССР (3)

Смысловый анализ ассоциативного материала к стимулу «Восстание» показывает, что у группы 18–24 года образ восстания связан с такими ценностями, как справедливость, перемены и возможности. У группы 25–30 лет – со свободой и сменой власти. Объём таких ассоциаций намного меньше, чем для стимулов «митинг» и «петиция». На сознательном уровне восстание редко рассматривается как форма достижения социальных и политических целей.

Субъектами действия являются, с одной стороны, народ, люди; с другой, – полиция, военные и власть. Восстание (как и митинг) воспринимается респондентами как форма «народного» протеста. При этом ассоциация «власть» может относиться как к борьбе за власть, так и к противостоянию народа и власти. У обеих групп восстание ассоци-

ируется со стрельбой и оружием, то есть милитаристской атрибутикой. В категории «негативная символика» присутствуют многочисленные ассоциации со смертью и болью.

В категории «эмоции» у обеих групп данный стимул вызывает страх. При этом, если группа 18–24 года связывает с ним также гнев и недовольство, то молодые взрослые только страх и ужас. У обеих групп представления о восстании связаны с такими родственными понятиями, как революция, переворот, борьба, бунт, война.

У группы 25–30 лет стимул «восстание» связывается с широким кругом исторических и культурных значений, таких как Ленин, царь, декабристы, красные. У группы 18–24 года таких ассоциаций заметно меньше. Молодые взрослые являются носителями коллективной исторической памяти советского и дореволюционного периода. В сознании юношеской группы эти значения представлены намного слабее. Вероятно, происходит утрата исторической памяти о многих событиях российской истории.

Таким образом, восстание как форма протеста хорошо известно обеим группам молодёжи. Данная форма протеста в сознании респондентов имеет меньшую, чем митинг, связь с созидательными ценностями, в их представлении оно связано с понятиями свободы, справедливости, перемен. На неосознаваемом уровне восстание воспринимается как борьба, порождённая гневом и недовольством. Смысловой анализ показал, что на бессознательном уровне образ восстания имеет чёткие связи с такими явлениями, как смерть, страх, кровь.

Факторный анализ оценок стимула «митинг»

В данном разделе мы представим результаты реконструкции представлений о формах протеста с помощью СД для оценки протеста. Данный метод позволяет дополнить данные ассоциативного эксперимента.

Материал ассоциаций отражает как неосознаваемые, так и рациональные компоненты представлений, а данные СД соответствуют сознательной оценке данных явлений респондентами. Будучи редуцированной с помощью процедур факторного анализа, система оценок форм протеста позволяет выявить структуры мышления респондентов. Нашей задачей было понять, какие основные категории оценивания применяются молодёжью для оценки основных форм протеста.

Ниже будет приведена реконструкция факторной структуры оценивания респондентами стимула «митинг» как наиболее актуальной для молодёжи формы протеста, а также стимула «восстание» как наиболее радикальной. Проанализирована также структура оценивания стимула «забастовка».

Ниже приводится описание факторной структуры стимула «митинг», реконструированного на представителях двух групп молодёжи Владивостока (18–24 и 25–30 лет). Факторный анализ данных СД, полученный после 8-ми итераций, позволил реконструировать факторную структуру и выделить три общих фактора (см. таблицу 6).

Наиболее важный универсальный фактор оценивания был обозначен нами как фактор «Интеллектуальность и честность» – «Интеллектуальность и мир (страх)».

Данный фактор присутствует с определённой спецификой у обеих групп. У группы 18–24 лет он реконструирован как фактор «Интеллектуальность и честность». У группы молодёжи 25–30 лет он представлен как фактор «Интеллектуальность и мир (страх)».

Таблица 6 (Table 6)

Общие факторы оценивания стимула «митинг», по возрастным группам
General factors in evaluating the “rally” stimulus, by age group

Молодёжь 18–24 года		Молодёжь 25–30 лет	
Шкала СД	Факторный вес	Шкала СД	Факторный вес
Фактор «Интеллектуальность и честность» (18,5% дисперсии)		Фактор «Интеллектуальность и мир (страх)» (16,2% дисперсии)	
Честный	0,871	Мирный	0,805
Привлекательный	0,757	Открытый	0,737
Хороший	0,720	Интеллектуальный	0,645
Интеллектуальный	0,718	Страшный	-0,642
Мягкий	0,511	Хороший	0,478
Сильный	0,445	Привлекательный	0,439
Фактор «Сила» (12,4% дисперсии)		Фактор «Сила» (13,3% дисперсии)	
Большой	0,766	Быстрый	0,848
Активный	0,765	Активный	0,731
Сильный	0,546	Сильный	0,559
Открытый	0,431	Страшный	0,479
Фактор «Лицемерие и корыстность» (11,2% дисперсии)		Фактор «Лицемерие и корыстность (честность)» (22,7% дисперсии)	
Корыстный	0,763	Корыстный	0,848
Чужой	0,674	Лицемерный	0,798
Лицемерный	0,631	Агрессивный	0,783
		Злой	0,763
		Хороший	-0,633
		Привлекательный	-0,619
		Честный	-0,467

При оценивании формы протеста «митинг» для юношеской возрастной группы наиболее важны его характеристики «честность» и «интеллектуальность», которые коррелируют в составе фактора с оценками «привлекательный» и «хороший». Соответственно, привлекательность митинга для респондентов этого возраста связана с его честностью и интеллектуальностью. Очень интересно, что в составе фактора сочетаются оценки «сильный» и «мягкий».

Для возрастной группы 25–30 лет важно, мирный ли митинг, интеллектуален ли он. Мирный, открытый и «умный» митинг воспринимается как «привлекательный» и «хороший». На другом полюсе данной оси оценивания категория «страшный». Страх может быть вызван качествами, обратными миру и интеллектуальности, – агрессивностью и глупостью, т. е. митинг может быть привлекательным в глазах респондентов этой группы, если он мирный, открытый и интеллектуальный. Данный фактор был интерпретирован как фактор «Интеллектуальность и мир (страх)».

Ещё один неслучайный фактор – фактор «Сила», присутствующий с определённой спецификой у обеих групп и соединяющий классические характеристики, выявленные Чарльзом Осгудом, – силу и активность. Также он включает характеристику «большой». Для молодых людей 18–24 года значима сила митинга и его величина. Для молодых взрослых также важны категории силы и активности, но к ним добавляется «быстрота».

Обращает на себя внимание, что для респондентов 25–30 лет сильный и активный митинг коррелирует с характеристикой «страшный», что можно трактовать как опасение перед мощной силой недовольства.

Следующий общий для двух групп фактор «Лицемерие и корыстность (честность)». Для младшей группы он реконструирован как фактор «Лицемерие и корыстность», а для старшей – как фактор «Лицемерие и корыстность (честность)». У обеих групп в составе фактора присутствуют характеристики «корыстность» и «лицемерие». Можно предположить, что в сознании молодёжи эти качества тесно связаны. Для представителей юношеской группы корыстный митинг протеста воспринимается и как «чужой».

Для старшей группы к негативным характеристикам митингов добавляются агрессивный и злой (есть общее с фактором «Мир – зло и лицемерие» у юношеской группы). Вместе эти отрицательные характеристики образуют негативный полюс фактора, к положительному его полюсу относятся качества: честный, хороший, привлекательный. Если митинг оценивается как честный, он воспринимается как более привлекательный и «хороший». И наоборот, корыстный и лицемерный протест становится непривлекательным в глазах данной группы.

Привлекает внимание и связь между характеристиками «корыстность» и «лицемерие». Нечестность, лукавство респонденты связывают с деньгами. Соответственно, их беспокоит, не являются ли протестные акции, проводимые под благими лозунгами, формой политического бизнеса. Они не хотят быть жертвами обмана политиков. Можно обобщить, что обе группы ценят честность и бескорыстие в протестных митингах. Для старшей группы это делает акцию привлекательной и хорошей.

Помимо общих для двух групп факторов, выявлены также несопадающие, специфические для каждой из групп. У группы 18–24 года фактор «Мир – зло и лицемерие» отражает противоположность понятий мирный, с одной стороны, и лицемерный, злой, – с другой. Как можно

предположить, если митинг воспринимается как лицемерный и злой, он оценивается как воинственный. Напротив, честный митинг воспринимается как мирный (по характеру). Это имеет свои параллели в факторе «Интеллектуальность и мир – жестокость» у молодых взрослых.

Таблица 7 (Table 7)

Несовпадающие факторы оценивания стимула «митинг», по возрастным группам
Inconsistent factors in evaluating the "rally" stimulus, by age group

Молодёжь 18–24 года		Молодёжь 25–30 лет	
Шкала СД	Факторный вес	Шкала СД	Факторный вес
Фактор «Мир – зло и лицемерие» (11,7% дисперсии)		Фактор «Чуждость – интеллектуальность» (9,6% дисперсии)	
Мирный	-0,755	Чужой	0,928
Злой	0,715	Интеллектуальный	-0,552
Лицемерный	0,534		
Страшный	0,539		
Фактор «Быстрота» (9,9% дисперсии)		Фактор «Честная сила» (9,2% дисперсии)	
Быстрый	0,885	Честный	0,747
Открытый	0,597	Большой	0,654
		Сильный	0,529
Фактор «Агрессивность – мягкость» (9,9% дисперсии)			
Агрессивный	0,838		
Страшный	0,580		
Мягкий	-0,535		

Наличие фактора «Агрессивность – мягкость» свидетельствует о значимости для группы 18–24 лет таких качеств митинга, как агрессивность (что вызывает опасение и коррелирует с характеристикой «страшный») и мягкость.

У группы 25–30 лет фактор «Честная сила» отражает любопытную взаимосвязь качеств честности и силы. Честный и большой митинг может восприниматься как более сильный, вероятно, в моральном плане. Сочетание моральных качеств митинга (честность) и величины (большой) взаимосвязано для этой группы с категорией «сила».

Таким образом, мы выявили важнейшие оси оценивания митинга как формы протеста. При этом для обеих возрастных групп наиболее важны характеристики «честность» и «интеллектуальность», которые коррелируют с оценками «привлекательный» и «хороший». Для возрастной группы 25–30 лет также важно, мирный ли и открытый митинг. Особая важность категории мира для этой группы подтверждается наличием оси оценивания по фактору «Мир – зло и лицемерие». Для молодёжи обеих групп важно, есть ли у митингов отрицательные

черты – корыстность и лицемерие. Для юношеской группы эти качества делают митинг «чужим», а для группы 25–30 лет – непривлекательным и злым, агрессивным.

Характеристика «сила» является по большей части нейтральной, но у группы 25–30 лет сила может быть пугающей, возможно, из-за последствий. Если представить образ «идеального митинга», то для обеих групп это интеллектуальный, честный и мирный процесс. На другом полюсе – корыстный лицемерный и агрессивный.

Факторный анализ оценок стимула «забастовка»

Факторный анализ данных СД, полученных после оценивания двумя возрастными группами молодёжи г. Владивостока стимула «забастовка», позволил реконструировать факторную структуру. Были выявлены два общих фактора и несколько несовпадающих (см. таблицы 8–9).

Таблица 8 (Table 8)

Общие факторы оценивания стимула «забастовка», по возрастным группам
General factors in evaluating the “strike” stimulus, by age group

Молодёжь 18–24 года		Молодёжь 25–30 лет	
Шкала СД	Факторный вес	Шкала СД	Факторный вес
Фактор «Интеллектуальность и честность» (24,1% дисперсии)		Фактор «Интеллектуальность и честность» (17,8% дисперсии)	
Хороший	0,858	Открытый	0,841
Привлекательный	0,786	Интеллектуальный	0,806
Интеллектуальный	0,764	Честный	0,666
Мягкий	0,719	Сильный	0,605
Сильный	0,635	Хороший	0,531
Честный	0,628	Активный	0,525
Мирный	0,547	Привлекательный	0,469
Открытый	0,466		
Большой	0,405		
Фактор «Лицемерие и агрессивность – мир» (22,2% дисперсии)		Фактор «Лицемерие и корыстность – честность» (15,6% дисперсии)	
Злой	0,850	Чужой	0,841
Лицемерный	0,850	Лицемерный	0,834
Страшный	0,795	Корыстный	0,794
Агрессивный	0,741	Честный	-0,442
Чужой	0,601		
Сильный	0,483		
Мирный	-0,427		
Корыстный	0,405		

Первый общий для двух групп фактор оценивания «Интеллектуальность и честность». При этом в его составе у каждой возрастной группы есть свои особенности. У группы 18–24 года в составе фактора больше дескрипторов, чем у группы 25–30 лет.

При оценивании забастовки как формы протеста для обеих возрастных групп наиболее важны такие характеристики, как честность, интеллектуальность, сила, открытость. Данные шкалы взаимосвязаны с характеристиками «привлекательный» и «хороший». При этом у группы 18–24 лет в составе данного фактора присутствуют также дескрипторы «мирный» и «мягкий». Сочетание всех этих шкал может отражать стремление к мирной силе.

Следующий общий фактор – «Лицемерие и корыстность». У юношеской группы он интерпретирован как фактор «Лицемерие и агрессивность – мир», а у группы 25–30 лет как фактор «Лицемерие и корыстность – честность».

Как свидетельствует реконструкция, у обеих групп в составе фактора повторяются характеристики «корыстность» и «лицемерие». Для представителей обеих групп корыстная и лицемерная забастовка будет восприниматься «чужой». Для группы 18–24 года корыстность и лицемерие коррелируют с агрессивностью и злостью. Таким образом, для юношеской группы данная ось оценивания более насыщена негативными характеристиками. Противоположным полюсом данного фактора для группы 25–30 лет будет значение «честный», для группы 18–24 лет – «мирный».

Таблица 9 (Table 9)

Несовпадающие факторы оценивания стимула «забастовка»,
по возрастным группам

Inconsistent factors in evaluating the “strike” stimulus, by age group

Молодёжь 18–24 года		Молодёжь 25–30 лет	
Шкала СД	Факторный вес	Шкала СД	Факторный вес
Фактор «Открытость» (12,6% дисперсии)		Фактор «Мир – агрессивность» (14,3% дисперсии)	
Активный	0,896	Злой	0,822
Открытый	0,667	Мирный	-0,772
Честный	0,447	Страшный	0,710
		Фактор «Сила» (12,9% дисперсии)	
		Большой	0,821
		Быстрый	0,779
		Активный	0,552
		Агрессивный	0,552
		Страшный	0,500
		Сильный	0,452

Для группы 18–24 года в реконструкции присутствует фактор «Открытость» (12,6% дисперсии). Он объединяет характеристики забастовки «активность», «открытость» и «честность».

Для группы 25–30 лет в реконструкции присутствует также фактор «Мир – агрессивность» (14,3% дисперсии). В его составе имеются такие шкалы, как «страшный» и «злой». Противоположным полюсом данного фактора является шкала «мирный». Данные три шкалы у юношеской группы включены в фактор «Лицемерие и агрессивность – мир». Для группы же 25–30 лет эти три шкалы образовали отдельный фактор, т. е. так или иначе эта группа дескрипторов используется для оценивания данного стимула обеими группами.

Для группы 25–30 лет был выделен также фактор «Сила» (12,9% дисперсии), включающий помимо нейтральных шкал «большой», «быстрый», «активный» ряд дескрипторов с негативным значением («страшный», «агрессивный», «сильный»). Это можно интерпретировать как опасение перед силой, неконтролируемой активностью протеста.

Таким образом, мы выявили общие оси оценивания формы протеста «забастовка». При её оценивании для обеих возрастных групп наиболее важны положительные характеристики – честность и интеллектуальность. Привлекательная форма забастовки для обеих групп – интеллектуальная, честная, при этом сильная и открытая. Напротив, корыстность и лицемерие при проведении такой акции сделает её непривлекательной, «чужой» для обеих групп.

Факторный анализ оценок стимула «восстание»

Далее приводится описание факторной структуры стимула «восстание», реконструированного на представителях молодёжи Владивостока двух возрастных групп: 18–24 и 25–30 лет.

При сопоставлении факторных структур оценивания стимула «восстание» двумя группами молодёжи были выделены 4 общих фактора. Первый из общих факторов был обозначен как фактор «Интеллектуальность и честность». Данный фактор уже был реконструирован при оценивании стимула «митинг».

При оценивании формы протеста «восстание» для обеих возрастных групп наиболее важны характеристики «честность» и «интеллектуальность». У группы 18–24 года эти шкалы коррелируют в составе фактора с характеристикой «хороший». У группы 25–30 лет – с дескриптором «мирный».

В составе фактора «Мир – агрессивность» взаимно коррелируют шкалы «страшный», «злой», «агрессивный». Обратно коррелирует с ними характеристика «мирный». Соответственно, чем агрессивнее является феномен «восстание», тем более «страшным» он воспринимается респондентами обеих групп. У юношеской группы в составе данного фактора добавляется характеристика «чужой».

Таблица 10 (Table 10)

**Факторная структура оценивания респондентами стимула «восстание»,
по возрастным группам**
Factor structure of respondents' evaluation of the "rebellion" stimulus, by age group

Молодёжь 18–24 года		Молодёжь 25–30 лет	
Шкала СД	Факторный вес	Шкала СД	Факторный вес
Фактор «Интеллектуальность и честность» (17% дисперсии)		Фактор «Мир – агрессивность» (19,1% дисперсии)	
Интеллектуальный	0,815		
Хороший	0,808		
Честный	0,792		
Мягкий	0,499		
Фактор «Мир – агрессивность» (17% дисперсии)		Фактор «Лицемерие и корыстность – честность» (13,3% дисперсии)	
Мирный	-0,736	Корыстный	0,839
Страшный	0,728	Чужой	0,825
Злой	0,705	Лицемерный	0,699
Агрессивный	0,629	Честный	-0,563
Чужой	0,517		
Фактор «Сила и агрессивность» (14,3% дисперсии)		Фактор «Сила» (12,9% дисперсии)	
Активный	0,793	Быстрый	0,797
Сильный	0,762	Активный	0,718
Большой	0,651	Большой	0,690
Агрессивный	0,441	Сильный	0,432
Злой	0,426		
Фактор «Лицемерие и корыстность» (13% дисперсии)		Фактор «Интеллектуальность и честность» (8,9% дисперсии)	
Лицемерный	0,850	Интеллектуальный	0,787
Корыстный	0,784	Мирный	0,538
Привлекательный	0,595	Честный	0,487
Чужой	0,514		
Фактор «Открытость» (7,2% дисперсии)			
Открытый	0,872		
Мягкий	0,401		

Третий общий фактор был обозначен как фактор «Лицемерие и корыстность». Две эти характеристики в сознании респондентов, как можно увидеть, устойчиво взаимосвязаны. Можно сказать, это некие теневые свойства политики, где ложь связана с деньгами. Наши респон-

денты, надо полагать, оценивают такую связку отрицательно. У группы 25–30 лет лицемерие и корыстность обратно коррелируют с характеристикой «честный», что вполне зеркально.

Также общим является фактор «силы», который имеет свои особенности у каждой из групп. Общими являются характеристики: сила, активность, величина. У юношеской группы в фактор также входят шкалы «агрессивный» и «злой». В целом этот фактор отражает категории оценивания процесса восстания: сила и активность.

Таким образом, мы выявили важнейшие оси оценивания трёх форм протеста. Сопоставление факторных структур позволило выявить наличие общих категорий оценивания. К ним можно отнести четыре фактора, которые встречаются практически во всех реконструкциях: «Интеллектуальность и честность», «Лицемерие и корыстность», «Мир – агрессивность», «Сила».

Наиболее объёмный по выбираемой дисперсии – фактор «Интеллектуальность и честность». Он встречается во всех реконструкциях без исключения, соответственно его структура отражает важную «ось» оценивания протеста молодёжью обеих групп.

При оценивании протеста для обеих возрастных групп наиболее важны характеристики «честность» и «интеллектуальность». Связь этих двух характеристик, вероятно, неслучайна. На глубинном уровне мышления понятия «интеллектуальный» и «честный» оказались тесно связаны. Вероятно, это оказывает влияние и на повседневном уровне. Как можно предположить, оцениваемый как интеллектуальный, протест вызывает больше доверия у молодых людей. Возможна и обратная связь.

Характеристики «интеллектуальный» и «честный» часто коррелируют с характеристиками «привлекательный» и «хороший». Для возрастной группы 25–30 лет они кроме того взаимосвязаны с понятием «мирный», что делает умный и честный протест привлекательным для молодых взрослых. Шкала «привлекательный» является маркером положительного отношения.

Следующая ключевая ось оценивания акций протеста отражена в факторе «Лицемерие и корыстность». Его присутствие во всех реконструкциях означает высокую значимость этих категорий. Для молодёжи обеих групп важно, есть ли у митингов такие отрицательные черты, как корыстность и лицемерие. Для группы 18–24 года эти качества делают протест «чужим». Характеристика «чужой» является маркером непривлекательности для обеих групп.

Характеристики «лицемерие» и «корыстность» в сознании респондентов, как можно увидеть, устойчиво взаимосвязаны. Как можно предположить, при такой устойчивой связи этих двух категорий они будут влиять друг на друга. Протестную акцию, оцениваемую как лицемерную, молодые люди, вероятно, будут склонны воспринимать как корыстную по своей сути, и наоборот. Кроме того, нередко корыстность и лицемерие в представлении респондентов связаны также с агрессивностью.

Ещё один весьма важный фактор «Мир – агрессивность». Для молодёжи обеих групп важен характер протеста. Особая важность категории мира подтверждается наличием в некоторых реконструкциях такой оси оценивания, как фактор «Мир – зло и лицемерие».

«Агрессивный» протест воспринимается также как «страшный» и «чужой». Это означает, что агрессивность пугает, ассоциируется с возрастающим страхом на противоположном полюсе данного фактора – «мир» воспринимается как альтернатива агрессии и страху.

Входящие в фактор «Сила» категории «сильный», «быстрый» и «активный» отражают динамику и масштабы протестного процесса. Характеристика «сила» является по большей части нейтральной, но у группы 25–30 лет «сила» иногда переплетается с категорией «агрессивность», т. е. сила и активность могут быть пугающими, возможно, из-за неконтролируемого характера, а также из-за последствий.

Если представить образ «идеального протеста», то для обеих групп это интеллектуальный, честный, мирный процесс. На другом полюсе – протест корыстный лицемерный и агрессивный.

Выводы

Анализ данных СД позволил выявить важнейшие оси оценивания разных форм протеста. Были определены общие категории. К ним можно отнести четыре фактора, которые встречаются практически во всех реконструкциях. В составе этих факторов есть несколько ключевых характеристик, которые используются молодыми людьми обеих групп для оценивания и осмысления протестных феноменов.

Прежде всего для молодёжи важно наличие в протестном движении таких качеств, как интеллектуальность и честность. Их присутствие вызывает доверие, делает протест привлекательным. Напротив, корыстность и лицемерие непривлекательны для молодёжи обеих возрастных групп. Их присутствие нежелательно и делает протест «чужим».

Категории «агрессивность» и «злость» также непривлекательны для молодёжи. В её сознании данные категории связаны со страхом и непривлекательностью. Обратной категорией в данной оси оценивания является «мир». Для молодёжи обеих групп важно, насколько протест мирный и открытый. Образ «идеального» протеста для обеих групп – интеллектуальный, честный, мирный процесс в противовес корыстному, лицемерному и агрессивному.

Кроме того, используя ассоциативный материал, нам удалось реконструировать содержание представлений молодёжи о пяти формах протестного поведения.

Если сравнивать представление о формах протеста по насыщенности ценностями, то заметно более богатое содержание категории «ценности и цели» для стимулов «митинг» и «петиция». *Митинги* воспринимаются в основном позитивно, ассоциируясь с ключевыми политическими и экзистенциальными ценностями. У обеих групп митинги связываются

с такими понятиями, как свобода, права, справедливость, демократия. Эта форма протеста воспринимается молодёжью как проявление прямой демократии, активное отстаивание прав и справедливости в условиях города. Если учитывать категории оценивания протеста, то наиболее привлекательным для широких слоёв молодёжи будет митинг в мирной форме. Кроме того, он более привлекателен при наличии некоего интеллектуального уровня, веры в честность намерений его организаторов и участников. И наоборот, сомнения в честности и низкий интеллектуальный уровень сделают такое мероприятие непривлекательным для очень многих молодых.

Петиция связывается в сознании респондентов с надеждой на перемены, с защитой прав, возможностью привлечь внимание к тем или иным проблемам. Эта форма протеста и участия представляется вполне современной, соответствующей цифровому сознанию молодёжи. При этом её потенциал не использован в полной мере. Если сопоставлять данные ассоциаций и СД, то по выявленным нами осям оценивания протеста, петиция должна оцениваться положительно. Она соответствует категории мирного протеста, не несёт агрессивности. Петиция как форма участия вполне может соответствовать и категориям интеллектуальности, честности. Можно рекомендовать органам государственной власти обратить внимание на возможности, предоставляемые такой формой политической активности. Петиция вполне может быть эффективной формой выражения мнений молодёжи, в том числе и протеста, и в то же время каналом коммуникации между властью и обществом.

Такие формы, как онлайн-петиции и различные голосования, могут удовлетворить ряд потребностей молодого поколения в выражении мнений, эмоций, участии в общественных делах, общении. Вместе с тем это легальная форма участия, не несущая деструктивного потенциала.

Такая форма протеста, как *забастовка*, в сознании молодёжи почти не связывается с политическими и экзистенциальными ценностями, в основном воспринимается как средство борьбы за экономические права. Забастовка как форма политической и социальной активности хорошо знакома молодёжи обеих групп, имеет связи с исторической памятью.

Сравнение полученного материала позволяет сделать вывод, что стимулы «*восстание*» и «*бунт*» имеют схожее семантическое поле. Смысловой анализ показал, что бунт и восстание ассоциируются с кровью и разрушением, связаны в представлении респондентов с наиболее насильственными формами протеста, имеют много негативных ассоциаций. У бунта связи с какими-либо созидательными ценностями и целями в коллективном сознании почти нет. Эта форма воспринимается негативно как на эмоциональном, неосознаваемом, так и на рациональном уровне. Это подтверждают данные реконструкции категорий оценивания протеста. Сопоставляя ассоциативные универсалии и шкалы СД, можно определить направленность оценки форм протеста по некоторым факторам. Учитывая выраженность представлений о бунте как о бессмысленном явле-

нии, по фактору «Интеллектуальность и честность» он будет оцениваться отрицательно. Молодёжь ищет смысл в протесте, для них важен его интеллектуальный уровень. По фактору «Мир – агрессивность» эти две формы протеста будут оценены как агрессивные, а значит страшные, чужие.

Можно сказать, что молодёжь обеих групп не стремится к крайним формам протеста, бунту и восстанию, и не считает их оптимальными. Однако восстание при многочисленных негативных ассоциациях в коллективном сознании молодых людей всё же имеет связь с такими значимыми ценностями, как свобода, справедливость, перемены. Как мы полагаем, в обычной ситуации категориальная система мышления молодёжи будет дисквалифицировать его как форму политического и социального участия. Ситуация может измениться в экстремальной социальной ситуации.

На бессознательном уровне образы бунта и восстания связаны с агрессией, недовольством и смертью. Среди эмоций с ними связаны гнев, ярость и страх. Можно сказать, что эти две крайние формы протеста могут становиться актуальными при наличии у молодёжи большого заряда негативных эмоций, отсутствии возможности выразить их через более мирные формы протеста. При длительной групповой депривации и отсутствии или незнании мирных и законных путей реализации недовольства может быть реализован насильственный протест. При этом бунт становится стихийным выплеском агрессии, лишённым цели, а восстание, также представляя проявление негативных эмоций, может быть осмысленным и организованным процессом.

Вероятно, самой близкой по духу для молодёжи формой протеста оказался митинг. У обеих групп митинги связываются с ключевыми экзистенциальными и политическими ценностями. В том числе, в сознании обеих групп молодёжи митинги связаны с такими концептами, как «демократия» и «справедливость». Данная форма протеста воспринимается молодёжью как проявление прямой демократии.

Митинги могут быть привлекательными для молодых людей как на эмоциональном, так и на рациональном уровне. Если митинг и его организаторы будут оцениваться позитивно по категориям оценивания протеста, будут восприниматься как честные и интеллектуальные, они могут обрести поддержку молодёжи. Это, в общем, подтверждается наблюдаемыми событиями.

Как показало данное исследование, представление о митингах не связано с образами восстания, революции. Если у юной группы респондентов митинг ассоциируется с борьбой, то у взрослых молодых людей – с мирными формами выражения мнения: демонстрациями, шествиями.

Как представляется, участие молодёжи в митингах, в том числе несанкционированных, на данном этапе не несёт большой угрозы для государства. Можно было бы рекомендовать рассматривать их как своего рода естественную для молодёжи форму выражения мнений и накопившихся эмоций. Следует учитывать и то, что такая форма публичной активности созвучна обостренному стремлению молодых поколений

к свободе и активности. Напротив, жёсткое подавление и запрет этой формы протеста может способствовать накоплению напряжённости и усилению интереса к более радикальным формам протеста.

Сопоставление материалов, полученных с помощью двух применённых методов, позволяет оценить как рациональные, так и более глубокие, основанные на эмоциях и образах представления о протесте и его осмыслении. При этом рациональный и неосознаваемый уровни реагирования могут и не совпадать. В обычной ситуации человек и группа пытаются решать свои задачи в социальных рамках, руководствуясь здравым смыслом и разумом. Однако возникающая иногда длительная невозможность решения проблем порождает депривацию. Чем более критической становится ситуация и чем меньше возможностей для решения проблем рациональным путём остаётся у человека, тем более вероятно включение более глубоких, основанных на эмоциях механизмов реагирования.

Проведённое исследование выявило небезынтересные закономерности протестного сознания. Полученные материалы могут быть полезны органам государственной власти, политическим партиям, образовательным учреждениям. Изучение данной темы будет продолжено.

Библиографический список

1. Акунина Ю. А. Молодёжные движения современной России: протест и созидание // Вестник МГУКИ. 2011. № 3 (41). С. 123–127.
2. Баранова Г. В. Методика анализа протестной активности населения России // Социологические исследования. 2012. № 10. С. 143–152.
3. Бушуев Д. В. Специфика протестной активности российской молодёжи в современном трансформирующемся обществе: автореф. дис. канд. социол. наук. Ростов-на-Дону, 2012. 15 с.
4. Волков Д. Протестные митинги в России конца 2011–начала 2012 гг.: запрос на модернизацию политических институтов // Вестник общественного мнения. 2012. № 2 (112). С. 73–86.
5. Габа О. И. Молодёжь как субъект протестных настроений // Знание, понимание, умение. 2015. С. 144–151.
6. Зверев А. Л., Палитай И. С., Рогозарь А. И., Смутькина Н. В. Особенности политического восприятия в современных российских условиях // Политические исследования. 2016. № 3. С. 40–54.
7. Красин Ю. А. Феномен уличных протестов и колея российского выбора // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2012. № 3. С. 92–99.
8. Назаров М. М. Политический протест: опыт эмпирического анализа // Социологические исследования. 1995. № 1. С. 47–59.
9. Петренко В. Ф. Психосемантический анализ имиджа политических лидеров // Основы психосемантики. СПб.: Питер, 2005. С. 418–435.

10. Петренко В. Ф., Гладких Н. Ю., Митина О. В. Психосемантический анализ восприятия политических лидеров (на материале выборки студентов из Южной Кореи) // Вестник Московского университета. 2016. Серия 14. Психология. № 2. С. 64–87.
11. Петренко В. Ф., Митина О. В. Психосемантический анализ динамики общественного сознания. М.: МГУ, 1997. 214 с.
12. Петренко В. Ф., Митина О. В. Психосемантический анализ политического менталитета общества // Вестник СПбГУ. 2015. Сер. 16. Психология. Педагогика. № 3. С. 27–40.
13. Петренко В. Ф., Митина О. В. Психосемантический подход в реконструкции политического менталитета: методы и примеры исследований // Вестник Российской академии наук. 2017. Т. 87. № 1. С. 50–64. DOI: 10.7868/S086958731701008X
14. Петрушина А. В. Протестное участие молодёжи в современном российском обществе // Известия Тульского государственного университета. Гуманитарные науки. 2011. № 1. С. 337–346.
15. Салахутдинова Р. Х. Факторы формирования протестного поведения молодёжи в современной России // Вестник Санкт-Петербургского университета. 2012. № 4. Сер. 12. Вып. 4. С. 167–173.
16. Серкин В. П. Методы психологии субъективной семантики и психосемантики: Учеб. пособие для вузов. М.: ПЧЕЛА, 2008. 378 с. ISBN 97835390353430336
17. Серкин В. П. Решение задачи о случайности/не случайности ассоциаций: критерий оценки и валидный набор ассоциаций // Психодиагностика. 2009. № 4. С. 24.
18. Соломатина Е. Н. Социальные протесты в современном мире: социологический анализ // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2014. Серия «Социальные науки». № 1. С. 103–107.
19. Шестопал Е. Б., Нестерова С. В. и др. Образы кандидатов в президенты 2012 в массовом сознании // Власть. 2012. № 3. С. 186–190.
20. Шестопал Е. Б., Новикова-Грунд М. В. Восприятие образов двенадцати ведущих российских политиков (психологический и лингвистический анализ) // Полис. 1996. № 5. С. 168–191.
21. Шестопал Е. Б., Шутов А. Ю. и др. Образы лидеров в массовом сознании накануне президентских выборов // Полис. 2012. № 4. С. 160–174.
22. Шмелёв А. Г., Похилько В. И., Козловская-Тельнова А. Ю. Практикум по экспериментальной психосемантике. Тезаурус личностных черт. М.: МГУ, 1988. 208 с. ISBN 5-211-00507-4
23. Davis J. A formal interpretation of the theory of relative deprivation // Sociometry. 1959. Vol. 22. № 4. P. 280 – 296;
24. Kamans Eю, Otten S., Gordijn E H. Threat and power in intergroup conflict: How threat determines emotional and behavioral reactions in powerless groups. Group Processes and Intergroup Relations. 2011. № 14. P. 293–310.

25. Klandermans B., Van der Toorn J., Van Stekelenburg J. Embeddedness and identity: How immigrants turn grievances action. *American Sociological Review*. 2008. № 73: 992–1012.
26. McClurg S. D. Social networks and political participation: The role of social interaction in explaining political participation. *Political Research Quarterly*. 2003. № 56. P. 448–464.
27. Van Stekelenburg J., Klandermans B. The social psychology of protest // *Current Sociology*. 2013. Vol. 61. № 5–6. P. 886–905.
28. Van Stekelenburg J., Klandermans B., Van Dijk W. W. Combining motivations and emotion: The motivational dynamics of collective action participation. *Revista de Psicologia Social*. 2011. № 26. P. 91–104.
29. Van Zomeren M., Postmes T., Spears R. Toward an integrative social identity model of collective action: A quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological Bulletin*. 2008. № 134. P. 504–535.
30. Wright S. C., Taylor D. M., Moghaddam F. M. The relationship of perceptions and emotions to behavior in the face of collective inequality. *Social Justice Research*. 1990. № 4. P. 229 – 250.

Статья поступила 08.08.2020

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Марин Егор Борисович, кандидат исторических наук, доцент, кафедра истории, политологии и государственно-правовых дисциплин, Морской государственный университет им. Г. И. Невельского, Владивосток, Россия; Департамент психологии и образования, Дальневосточный федеральный университет, Владивосток, Россия.

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.699

The Idea of Social Protest Among Russian Youth of the Far East

Funding. The reported study was funded by RFBR and EISR, project No. 20-011-31-518

Egor B. Marin

The Maritime state University named after Admiral G. I. Nevelskoy, Vladivostok, Russia

E-mail: egor-marin@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0002-0409-5065

For citation: Marin E. B. The idea of social protest among Russian youth of the Far East. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 62–92. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.699

Abstract. The article presents materials of the semantic reconstruction of ideas of various forms of social protest among young people of two age groups based on the materials of an empirical study conducted in 2020. In the course of the study representatives of two socio-demographic groups of youth from Vladivostok (Primorsky Territory) were interviewed: higher education students aged 18–24 and young adults aged 25–30. The carried out semantic reconstruction allowed to formulate the structural and content characteristics of the young people ideas about the five significant forms of the collective protest: petition, rally, strike, riot and rebellion. The semantic connections of the protest forms with the existential and political values of the young people were revealed. The study also suc-

ceeded in reconstructing the emotional component of the protest phenomena ideas. The category structure of the semantic space of ideas about the forms of protest has been determined. Common categories identified on the basis of associations include “values and goals”, “subjects”, “emotions”, “characteristics of a phenomenon”, “protest”, and “cultural and historical connotations”. The general categories of protest assessment, according to the semantic differential (SD), include “intelligence and honesty”, “hypocrisy and self-interest (honesty)”, “peace – aggressiveness”, “strength”. These categories, identified on the material of associations, in comparison with the categories of thinking obtained using factor analysis of the semantic differential data, allow to reconstruct both rational and unconscious levels of ideas about protest. Comparative analysis of ideas about different forms of protest demonstrates that on an emotional level a rally is the closest to youth. On a rational level, the petition is also positively assessed, while the youth of both groups are dissatisfied with the ineffectiveness of this form in practice. Young people do not associate radical forms of protest (riot and rebellion) with values and goals significant to them. At the affective level, they are perceived mostly negatively.

In general, the identified categories allow to reconstruct the structure of the organization of the subjective experience of perceiving different forms of political and social protest in two age groups of young people. The data obtained in this study can be useful for further study of protest moods, used by state authorities and political parties in practical work.

Keywords: representation, protest, political consciousness, psychosemantics, rally, Vladivostok, youth

References

1. Akunina Y. A. Molodiozhnye dvizhenija sovremennoy Rossii: protest i sozidanie [Youth movements in modern Russia: protest and creativity]. *Vestnik MGUKI*. 2011. No 3 (41). P. 123–127. (In Russ.)
2. Baranova G. V. Metodika analiza protestnoy aktivnosti naselenija Rossii [The method of analysis of protest activity of the population of Russia]. *Sotsiologicheskie issledovanija*. 2012. No. 10. P. 143–152. (In Russ.)
3. Bushuev D. V. Specifika protestnoy aktivnosti rossijskoy molodiozhi v sovremennom transformirujuschemsja obschestve [The specifics of the protest activity of Russian youth in contemporary transforming society]: avtoref. dis. kand. sociol. nauk. Rostov-on-Don, 2012. 15 p. (In Russ.)
4. Volkov D. Protestnye mitingi v Rossii kontsa 2011 – nachala 2012 gg.: zapros na modernizaciju politicheskikh institutov [Protest rallies in Russia in late 2011 and early 2012: the request for the modernization of political institutions]. *Vestnik obschestvennogo mnenija*. 2012. No. 2 (112). P. 73–86. (In Russ.)
5. Gaba O. I. Molodiozh' kak sub`ekt protestnykh nastroyeniy [Youth as a subject of protest]. *Znanie, ponimanie, umenie*. 2015. P. 144–151. (In Russ.)
6. 7. Krasin Y. A. The phenomenon of street protests and Russian choice track. *Monitoring obschestvennogo mnenija: ekonomicheskie i social'nye peremeny*. 2012. No. 3. P. 92–99. (In Russ.)
7. Nazarov M. M. Politicheskij protest: opyt empiricheskogo analiza [Political protest: an empirical evidence]. *Sociologicheskie issledovanija*. 1995. No. 1. P. 47. (In Russ.)
8. Petrenko V. F. Psihosemantichesky analiz imidzha politicheskikh liderov [Psychosemantic analysis of the image of political leaders]. *Osnovy psihosemantiki [Foundations of Psychosemantics]*. SPb.: Piter, 2005. P. 418–435. (In Russ.)
9. Petrenko V. F., Gladkih N. Y., Mitina O. V. Psychosemantic analysis of the perception of political leaders (based on a sample of students from South Korea). *Vestnik Moskovskogo universiteta. Serija 14. Psihologija*. 2016. No. 2. P. 64–87. (In Russ.)
10. Petrenko V. F., Mitina O. V. *Psihosemanticheskij analiz dinamiki obshhestvennogo soznaniya*. [Psychosemantic analysis of the dynamics of public consciousness]. Moscow: MSU publ., 1997. 214 p. (In Russ.)
11. Petrenko V. F., Mitina O. V. Psihosemanticheskij analiz politicheskogo mentaliteta obshhestva [Psychosemantic analysis of the political mentality of society]. *Vestnik SPbGU. Ser. 16. Psihologija. Pedagogika*. 2015. No. 3. P. 27–40. (In Russ.)
12. Petrenko V. F., Mitina O. V. Psychosemantic approach in the reconstruction of political mentality: methods and examples of research. *Vestnik Rossijskoy akademii nauk*. 2017. Vol. 87. No. 1. P. 50–64. DOI: 10.7868/S086958731701008X (In Russ.)
13. Petrushina A. V. Protestnoe uchastie molodezhi v sovremennom rossijskom obschestve [The protest participation of young people in contemporary Russian society]. *Izvestija Tul'skogo gosudarstvennogo universiteta. Gumanitarnye nauki*. 2011. No. 1. P. 337–346. (In Russ.)

14. Salahutdinova R. H. The Factors of Formation of the Protest Behavior of Young People in Modern Russia. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta*. Series 12. 2012. No 4. P. 167–173 (In Russ.)
15. Serkin V. P. Reshenie zadachi o sluchaynosti / ne sluchaynosti asociacij: kriteriiy ocenki i validny nabor asociacij [Solving the problem of randomness / non-randomness of associations: evaluation criteria and a valid set of associations]. *Psihodiagnostika*. 2009. No 4. (In Russ.)
16. Serkin V. P. *Metody psihologii sub'ektivnoj semantiki i psihosemantiki* [Methods of psychology of subjective semantics and psychosemantics]. Moscow: Pchela publ. 2008. 378 p. (In Russ.)
17. Solomatina E. N. Social protests in the modern world: sociological analysis. *Vestnik Nizhegorodskogo universiteta im. N. I. Lobachevskogo. Serija Social'nye nauki*. 2014. No 1. P. 103–107. (In Russ.)
18. Shestopal E. B., Novikova-Grund M. V. Vosprijatie obrazov dvenadcati vedushhih rossijskikh politikov (psihologicheskij i lingvisticheskij analiz) [Perception of the images of the twelve leading Russian politicians (psychological and linguistic analysis)]. *Politicheskie Issledovanija*. 1996. No 5. P. 168–191. (In Russ.)
19. Shestopal E. B., Nesterova S. V., Bukreeva O. V., Smul'kina N. V., Zatonskih A. V., Titov V. V. Obrazy kandidatov v prezidenty 2012 v massovom soznanii [Images of presidential candidates 2012 in the public mind]. *Vlast'*. 2012. No 3. P. 186–190. (In Russ.)
20. Shestopal E. B., Shutov A. Y., Volodenkov S. V., Gaman-Golutvina O. V., Lapkin V. V., Makarenko B. I., Mezhuev B. V., Mel'vil' A. Y., Smul'kina N. V., Nesterova S. V. Images of leaders in the public mind on the eve of the presidential election. *Politicheskie Issledovanija*. 2012. No 4. P. 160–174. (In Russ.)
21. Shmelev A. G., Pohil'ko V. I., Kozlovskaja-Tel'nova A. Y. *Praktikum po eksperimental'noj psihosemantike. Tezaurus lichnostnyh chert*. [Workshop on experimental psychosemantics. Thesaurus of personality traits]. Moscow: MSU publ.. 1988. 118 p. (In Russ.)
22. Zverev A. L., Palitaj I. S., Rogozar' A. I., Smul'kina N. V. Osobennosti politicheskogo vosprijatija v sovremennykh rossijskikh uslovijah [Features of political perception in modern Russian conditions]. *Politicheskie Issledovanija*. 2016. No. 3. P. 40–54. (In Russ.)
23. Davis J. A formal interpretation of the theory of relative deprivation. *Sociometry*. 1959. Vol. 22. No 4. P. 280–296.
24. Kamans E., Otten S., Gordijn E. H. Threat and power in intergroup conflict: How threat determines emotional and behavioral reactions in powerless groups. *Group Processes and Intergroup Relations*. 2011. No 14. P. 293–310.
25. Klandermans B., Van der Toorn J., Van Stekelenburg J. Embeddedness and identity: How immigrants turn grievances action. *American Sociological Review*. 2008. No 73. P. 992–1012.
26. McClurg S. D. Social networks and political participation: The role of social interaction in explaining political participation. *Political Research Quarterly*. 2003. No. 56. P. 448–464.
27. Van Stekelenburg J., Klandermans B. The social psychology of protest. *Current Sociology*. 2013. Vol. 61. No. 5–6. P. 886–905.
28. Van Stekelenburg J., Klandermans B., Van Dijk W. W. Combining motivations and emotion: The motivational dynamics of collective action participation. *Revista de Psihologia Social*. 2011. No 26. P. 91–104.
29. Van Zomeren M., Postmes T., Spears R. Toward an integrative social identity model of collective action: A quantitative research synthesis of three socio-psychological perspectives. *Psychological Bulletin*. 2008. No 134. P. 504–535.
30. Wright S. C., Taylor D. M., Moghaddam F. M. The relationship of perceptions and emotions to behavior in the face of collective inequality. *Social Justice Research*. 1990. No 4. P. 229–250.

The article was submitted on: August 08.2020

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Egor B. Marin, candidate of historical sciences, Associate Professor, The Maritime state University named after Admiral G. I. Nevelskoy, Vladivostok, Russia; Department of history, political science and state and legal disciplines, Department of psychology and education, Far Eastern Federal University, Vladivostok, Russia

ТЕМА НОМЕРА

СОЦИАЛЬНАЯ АКТИВНОСТЬ И ТРАНСФОРМАЦИИ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ: ПРОЦЕССЫ В РОССИИ И ЕВРОСОЮЗЕ

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.700

Типовые социально-экономические поведенческие ориентации женщин на республиканском рынке труда Татарстана

Ссылка для цитирования: Гневашева В. А., Ильдарханова Ч. И. Типовые социально-экономические поведенческие ориентации женщин на республиканском рынке труда Татарстана // Вестник Института социологии. 2021. Том 12. № 1. С. 93–117. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.700

For citation: Gnevasheva V. A., Ildarhanova Ch.I. Typical socio-economic behavioural orientations of women in the Tatarstan labour market. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 93–117. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.700



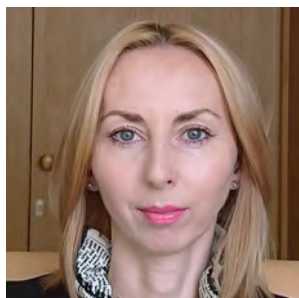
**Гневашева
Вера Анатольевна^{1,2}**

¹ Институт демографических исследований ФНИСЦ РАН

² Центр семьи и демографии,
Академия наук Республики Татарстан

gnevasheva5671-1@unesp.co.uk

AuthorID РИНЦ: 298524



**Ильдарханова
Чулпан Ильдусовна¹**

¹ Центр семьи и демографии,
Академия наук Республики Татарстан

ildarhanova5671-1@kpi.com.de

AuthorID РИНЦ: 331216

Аннотация. В статье представлены результаты исследования. Направленное на определение поведенческих траекторий женщин как значимого демографического сегмента, дифференцированного по гендерному признаку, и выявление его значимости для процесса формирования и трансформации рыночного механизма рынка труда Республики Татарстан. Прогностические решения воздействия современных стратегий трудового поведения женщин обосновываются с позиции их детерминанты как фактора демографического самоопределения. В этой связи выявленные стратегии трудового поведения женщин позволяют сформировать концептуально и методологически обоснованную модель управления механизмом рынка труда республики, в том числе и в отношении прогностических решений

превентивной политики управления рыночным механизмом с целью оптимизации использования женской рабочей силы, создания демографически благоприятных условий для наращивания качественной рабочей силы, снижения социальной напряжённости и роста социально-экономической активности населения в отношении формирования, распределения и использования рабочей силы. Анализ полученных данных позволил выделить четыре типа взаимного влияния репродуктивного поведения женщин и выбранной ими стратегии трудовой деятельности. Были выделены основные типы трудового поведения женщин Республики Татарстан: материально ориентированный, «здоровьесохранный», «семейно ориентированный» и профессионально направленный. Представлены результаты анализа трудового поведения основных групп женщин. Опрошенные женщины определяют свои репродуктивные стратегии в соответствии с особенностями собственной реализации в жизни, а также с предопределёнными поведенческими установками. У большинства женщин отсутствует самостоятельность в решении вопросов репродуктивной саморегуляции. Следовательно, женщины в выборе характера и объёма труда, скорее всего, не будут абсолютно самодостаточны. В процессе исследования было определено, что большинство женщин ориентированы на создание семьи и рождение детей. Таким образом, основной стратегией трудового поведения для них будет совмещение работы с уходом за детьми. Однако стоит отметить, что существует также большое количество молодых девушек, которые относятся к группе «профессиональной направленности», участвуют в первичной и вторичной профессиональной интеграции. Результаты исследования позволили сделать вывод, что молодое поколение женщин Республики Татарстан ориентировано на трудовую деятельность больше, чем на репродуктивную.

Ключевые слова: гендерная сегрегация, дискриминация, трудовое поведение, демографическое самоопределение

Структурные гендерные диспропорции не раз подчёркиваются в рамках деятельности международных организаций и в их диалоге с отдельными странами и интегративными союзами как важные для рассмотрения и оценки процессы с точки зрения необходимости их минимизации и тем самым направленности на рост эффективности национального, регионального и мирового рынков труда посредством выравнивания структуры. В то же время важным является влияние трансформаций рынка труда на демографические процессы. В этой связи изменения в женской занятости и гендерные тенденции в трудовой сфере рассматриваются как дополняющие и взаимно обуславливающие факторы, поэтому проблемы включённости женщин в трудовые отношения нередко являются одними из направлений стратегического планирования государств, региональных объединений, деятельности международных организаций.

Происходят изменения и на рынке труда Российской Федерации, в частности, в Республике Татарстан. Рынок труда Татарстана формировался под влиянием различных факторов: экономических, правовых, политических и включён как в российский, так и в глобальный мировой рынок труда. Проанализировав ситуацию на рынке труда России, важно отметить высокий уровень безработицы, связанный с санк-

циями и кризисными явлениями (по состоянию на 16 июня 2020 г. – 2 млн 493 тыс. человек); заработная плата мужчин за один час выше на 22%, а за месяц мужчины получают на 27% больше женщин [3, с. 18].

По состоянию на 2020 г. на рынке труда РФ, в том числе в Республике Татарстан, существуют такие явления, как дискриминация и горизонтальная сегрегация, разделяющая отрасли на мужские и женские. Основными причинами гендерного неравенства в оплате труда являются дискриминационные общественные установки и социальная роль женщины [24, с. 203–205]. Одной из причин того, что ситуация на рынке труда для трудоустройства женщин в целом благоприятна, является относительно низкая цена за их труд. Женщинам приходится прилагать больше усилий для получения высокооплачиваемой работы или соглашаться на более низкую заработную плату [10; 11].

Цель данной работы – анализ механизма рынка труда Республики Татарстан в контексте его формирования через детерминацию стратегий женского трудового поведения как фактора демографического самоопределения и репродуктивного поведения, являющегося важным элементом формирования республиканского рынка труда.

Теоретическая база исследования

Экономисты-неоклассики исходят из предположения, что наёмные работники и работодатели как хозяйствующие субъекты ведут себя рационально, а рынок труда как следствие их рационального взаимодействия функционирует эффективно [4]. В этой связи, согласно неоклассическому подходу, мотивы выхода на рынок труда для наёмных работников обусловлены ожиданиями большего уровня заработной платы. Рациональные хозяйствующие субъекты исходят из сопоставления ожидаемых выгод от рабочего места и издержек или ограничений труда работников, какими для женщин могут стать семейные обязательства, необходимость ухода за детьми, невозможность полностью посвятить себя трудовым обязанностям. В неоклассических теориях нередко утверждается, что практически во всех странах мира женщины несут основную ответственность за воспитание детей и выполнение семейных обязанностей [22], что формирует предпосылки для профессиональной сегрегации по статусу, заработной плате и условиям труда.

Р. Анкер выделяет три неоклассические школы в зависимости от типа профессиональной сегрегации по гендерному критерию: базирующиеся на оценках человеческого капитала, на теории сегментации рынка труда и на неотеории (так называемые феминистские или гендерные теории) [1]. Наличие в этой связи протекционистского законодательства в отношении женской занятости также способствует профессиональной сегрегации, но исходя из благих побуждений. Например, для женщин существуют формальные ограничения, регламентируемые в том

числе и нормами международного права, по работе в ночное время¹, на подземных работах² и связанных с поднятием тяжестей³. В настоящее время некоторые исследователи убеждены в необходимости отмены подобных ограничений.

Однако аспекты профессиональной сегрегации далеко не всегда объяснимы объективными социальными или экономическими факторами. Так, согласно *модели поведения* [5], работодатели имеют определённые предубеждения в отношении отдельных групп работников. Как правило, это относится к работникам, имеющим выраженные отличия от условного «стандарта» (это прямой перевод с английского; подразумевается, что стандарт – мужчина). В этой связи речь идёт о наличии склонности к дискриминации.

Другая модель – *модель компенсационных различий* – во многом объясняет поведение женщин относительно их профессионального выбора. Согласно этой теории, женщины стремятся избегать опасных работ, предпочитая более благоприятные условия труда с определёнными социальными и медицинскими гарантиями. Таким образом, между величиной заработной платы и наличием определённых гарантий женщины при выборе рабочего места выбирают гарантии.

Институциональные теории исходят из предположения, что рынок труда следует рассматривать как сегментированный по целому ряду признаков. Среди ключевых институциональных теорий сегментации можно отметить следующие: концепция двойственного рынка труда М. Пиоре, определяющая понятие дуальности [7]; теория сегментации Г. Стэндинга, выделяющая на рынке труда «статичные» и «прогрессивные» рабочие места [20, с. 1080]; в рамках подхода МОТ [9] также представлена сегментация рынка труда на «формальный» и «неформальный» секторы. Предложенный в этой связи эффект переполнения [6, с. 107; 8, с. 432] особенно подчёркивает условную заданность профессиональной сегрегации исходными условиями формирования рынка. Данный эффект показывает, что большинство женщин работают в ограниченном спектре профессий, что ведёт к росту предложения труда (общего количества рабочей силы) и, в свою очередь, к ещё большему снижению заработной платы.

Феминистские и гендерные теории профессиональной сегрегации обращаются к исследованию условно заданных внешнеэкономических переменных, например, статусу женщин на рынке труда, формируемому вследствие подчинённого положения женщины в семье и являющемуся отражением патриархальной организации общества.

¹ Конвенция МОТ 4. 1919 // URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---normes/documents/normativeinstrument/wcms_c004_ru.htm (дата обращения: 10.06.2020).

² Конвенция МОТ 45. 1935 // URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---normes/documents/normativeinstrument/wcms_c045_ru.htm (дата обращения: 10.06.2020).

³ Конвенция МОТ 127. 1967 // URL: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_norm/---normes/documents/normativeinstrument/wcms_c127_ru.htm (дата обращения: 10.06.2020).

Характеристики женщин как работников в рамках данного подхода делятся на три группы стереотипов: положительные, отрицательные и прочие. Основная идея подхода говорит о том, что далеко не всегда женские профессии представляют собой продолжение женских домашних обязанностей. В этой связи формируется такое понятие в отношении женских профессий, как «гибкая занятость». Выполнение домашних обязанностей и уход за детьми заставляют многих женщин выбирать те профессии и виды деятельности, где возможны гибкие режимы занятости (в том числе занятость в режиме неполного рабочего времени).

В исследовании М. Гундерсона [14] определяются пять основных источников гендерных различий в оплате труда: различия в объеме человеческого капитала (объективные и неэкономические факторы); различия в оплате труда в рамках одной и той же профессии (дискриминация); различия в оплате труда «равной ценности» (эти различия обусловлены взаимосвязью между уровнем оплаты труда в данной профессии и степенью её феминизации); различия в профессиональных предпочтениях; различия в доступности тех или иных профессий и рабочих мест. Тем не менее многочисленные исследования показывают, что около одной трети разрыва в оплате труда мужчин и женщин обусловлено наличием гендерной профессиональной сегрегации [10; 13; 21; 23].

Обязанности женщин вне трудовой сферы рассматриваются как ограничительный фактор для занятости, как некоторая категория издержек, но и трудовая занятость выступает, в свою очередь, как фактор воздействия на уровень продуктивности женщин. Теоретической основой для дискуссии о конфликте материнства и женской занятости является конфликт между работой и личной жизнью, обсуждение которого восходит к работам Дж. Спице [19, с. 609], М. Фрона [12, с. 153], Т. Скандуры [18, с. 388], С. Парасурамана [16] и др. и развивается далее в работе Дж. Рейнольдс [17]. Как подчёркивают многие исследователи, конфликт семьи и работы возникает вследствие конфликта интересов: работа начинает мешать личной семейной жизни, и наоборот. Выход на рынок труда может быть вызван вынужденными побуждениями и добровольным желанием, но в большинстве случаев женщина продолжает заботиться о детях и семье. Она часто вынуждена приспособляться к семейным условиям: искать работу недалеко от дома, менять место работы, профессию, сокращать рабочее время и соглашаться на низкую заработную плату [15, с. 1312; 2, с. 96].

Многофакторность критериальной оценки женской занятости очевидна, важно рассмотреть значимость и возможность целевого управления определёнными группами женского населения разных поведенческих типов для поиска путей оптимизации участия женщин на рынке труда, увеличения их активности и снижения структурных диспропорций занятости. Данная работа сфокусирована именно на стратегическом выборе женщин, и поскольку трудовые и репродуктивные стратегии исследуются в условиях сохранения сегрегации и дискриминации, все перечисленные подходы позволяют проанализировать женскую занятость

с различных ракурсов, а также выявить взаимозависимости между стратегиями трудового поведения женщин. Наиболее релевантной представленному в данной статье исследованию является дискуссия о конфликте материнства и женской занятости.

Материалы и методы исследования

На основе проведенного Центром семьи и демографии Академии наук Республики Татарстан полевого исследования по выявлению особенностей поведенческих установок женщин и, в частности, в отношении труда и занятости, можно определить особенности гендерных траекторий на рынке труда и их влияние на демографическую ситуацию в республике. Объем выборки составил 2273 женщины, выборка сплошная, случайная, на последнем этапе гнездовая (при доверительной вероятности 95%, доверительном интервале 5 и генеральной совокупности 1.338.090 женщин РТ в возрасте 16–64 года на начало 2020 г. по данным официальной статистики РТ¹ Достаточным для репрезентативности является объем выборочной совокупности в размере 384 чел.).

Основные методы, используемые в исследовании:

– эконометрические и методы социологического анализа, в частности, метод детерминационного анализа. На его основе были выявлены свойства представленной выборки женщин, полученные в рамках эмпирического исследования;

– факторный анализ дополняет метод детерминации в части более детального анализа выборки и результатов опроса, определяющих основные ключевые социоэконометрические точки или маркеры в рамках выборки;

– методы регрессионного моделирования, в том числе построение парных и множественных линейных регрессий нормального и лог-нормального распределения на основе панельных данных с оценкой описательной статистики. Методы регрессивного моделирования были применены для выявления связи и определения взаимодействия факторов в представленной выборке.

На основе дополнительного экспертного анализа получен качественно новый эмпирический материал, позволяющий более конкретно описывать социально-экономические процессы с возможностью дополнительного корреляционного анализа и последующим применением метода экстраполяции и авторегрессии для краткосрочного прогнозирования и разработки прогностических решений. Метод главных компонент как технология многомерного статистического анализа позволяет сократить размерность выборки в части определения значимых переменных с минимальной потерей информации.

¹ Территориальный орган ФСГС по Республике Татарстан // URL: <https://tatstat.gks.ru/> (дата обращения: 10.06.2020).

Выбор данных методов обусловлен необходимостью выявления ключевых тенденций, значимых факторов и кластеров, а также задачей прогностической оценки поведения женщин на рынке труда. Комбинация вышеперечисленных методов позволила получить качественные результаты, так как использование постепенно каждого метода обеспечило последовательный анализ, определение значимых переменных, сокращение размерности выборки и в результате – оценку и описание взаимосвязей.

В исследовании были использованы базы данных официальной статистики Республики Татарстан, в том числе статистические документы Министерства труда, занятости и социальной защиты РТ. Была рассмотрена и проанализирована информация из следующих источников: «Анализ ситуации на рынке труда»¹, «Динамика численности зарегистрированной безработицы и уровня безработицы»², «Мониторинг и оценки наличия и доступности государственных услуг в области содействия занятости»³, «Прогноз баланса трудовых ресурсов РТ на 2020–2022 г.»⁴, статистические базы официальной статистики ФСГС⁵. Рассматривались следующие факторы, значимые для анализа профессиональных и демографических установок женщин: численность женщин, среднегодовая численность занятых, среднедушевой денежный доход, валовый коэффициент охвата образовательными программами среднего профессионального и высшего образования (в % женщин в возрасте 15–34 года), число браков.

Результаты исследования

Все опрошенные женщины трудоспособного возраста (15–49 лет); 30,1% имеют среднее и среднее специальное образование; 56,7% – высшее профессиональное образование; процент имеющих высшее и неполное высшее образование в общей совокупности составляет 63,7% (рис. 1). Такое распределение респондентов по уровню образования соответствует данным Всероссийской переписи населения 2010 г.⁶; в частности, по РТ

¹ Анализ ситуации на рынке труда Республики Татарстан. 2019 // URL: <https://mtsz.tatarstan.ru/analiz-situatsii-na-rinke-truda-respubliki-4289389.htm> (дата обращения: 10.06.2020).

² Динамика численности зарегистрированных безработных и уровня безработицы // URL: <https://mtsz.tatarstan.ru/dinamika-chislennosti-zaregistrovannih.htm> (дата обращения: 10.06.2020).

³ Мониторинг и оценка качества и доступности государственных услуг в области содействия занятости населения. 2019 // URL: <https://mintrud.gov.ru/docs/mintrud/migration/1304> (дата обращения: 10.06.2020).

⁴ Прогноз баланса трудовых ресурсов Республики Татарстан на 2020 год и плановый период 2021–2022 годов // URL: https://mtsz.tatarstan.ru/prognoz-balansa-trudovih-resurov-respubliki-4104077.htm?pub_id=2148565 (дата обращения: 10.06.2020).

⁵ Территориальный орган ФСГС по Республике Татарстан // URL: <https://tatstat.gks.ru/> (дата обращения: 10.06.2020).

⁶ Образование. Статистический сборник по итогам Всероссийской переписи населения 2010 г. Том 3. / Под ред. В. П. Кандилова. Казань: Издательский центр Татарстанстата, 2012. 99 с.

417.010 женщин в возрасте 15 лет и старше имели высшее образование, что составляло 29% с учётом корректировок на тех, кто в силу возраста ещё находился на этапе получения высшего образования.

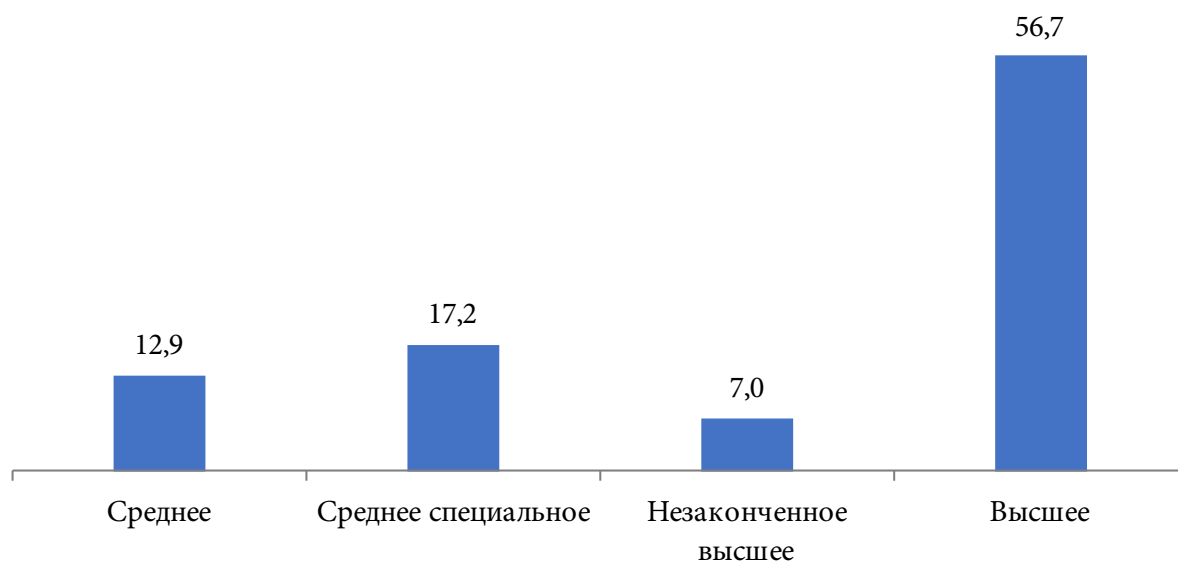


Рис. 1. Распределение респондентов по уровню образования, %
Figure 1. Respondents distribution by education level

Репродуктивное поведение опрошенных характеризуется смещением оценок к среднестатистическим (рис. 2).

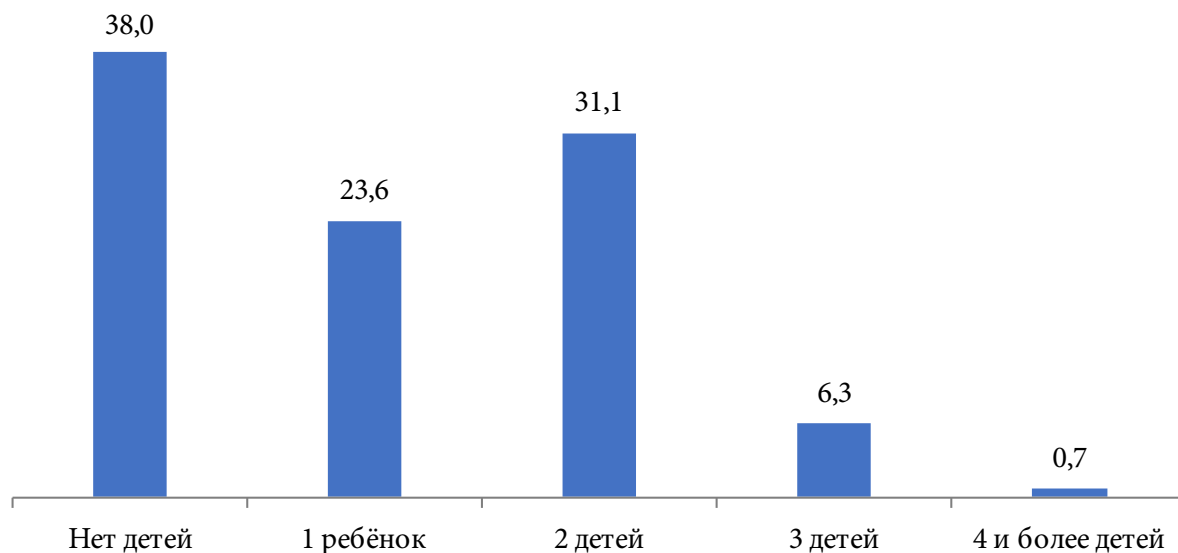


Рис. 2. Распределение респондентов по количеству имеющих детей, %
Figure 2. Respondents distribution by the number of children they have

При этом брачная составляющая свидетельствует об отсутствии устойчивых ответственно ориентированных траекторий семейных взаимоотношений, менее половины опрошенных (47,4%) отметили, что «нынешний партнёр» является отцом всех их детей (рис. 3).

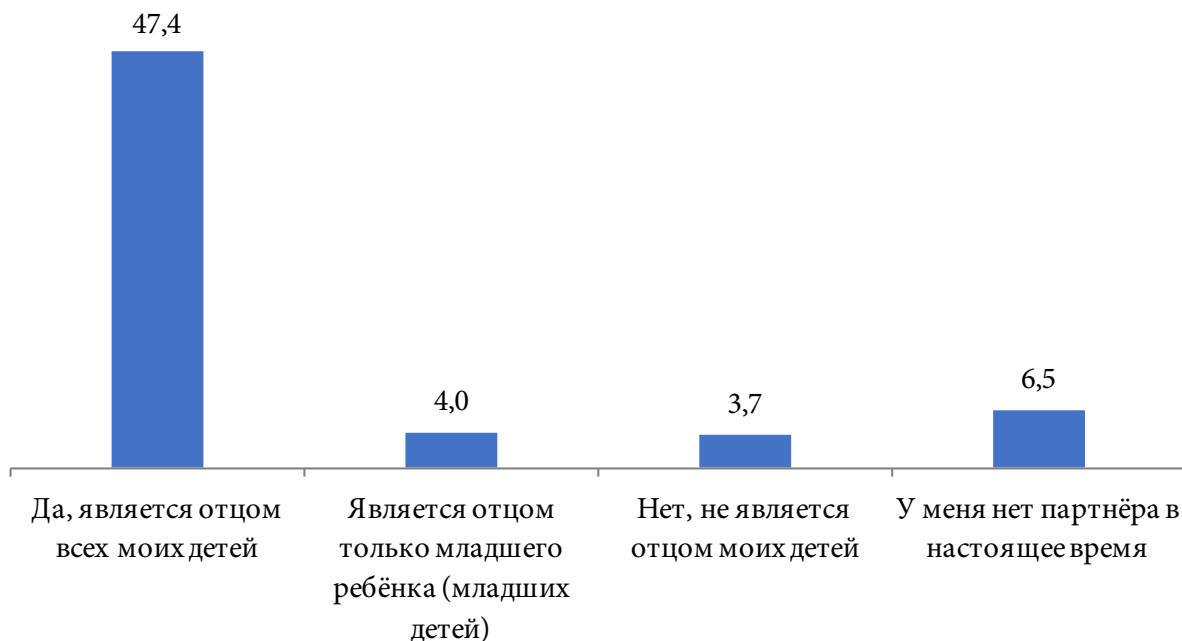


Рис. 3. Распределение ответов респондентов о статусе партнёра/мужа в отношении их детей, %

Figure 3. Distribution of respondents' answers regarding the status of a partner / husband in relation to their children

Отличительной особенностью домохозяйств опрошенных выступает их немногочисленность, преимущественно сформированная родителями и детьми без участия старшего поколения и иных родственников (рис. 4).

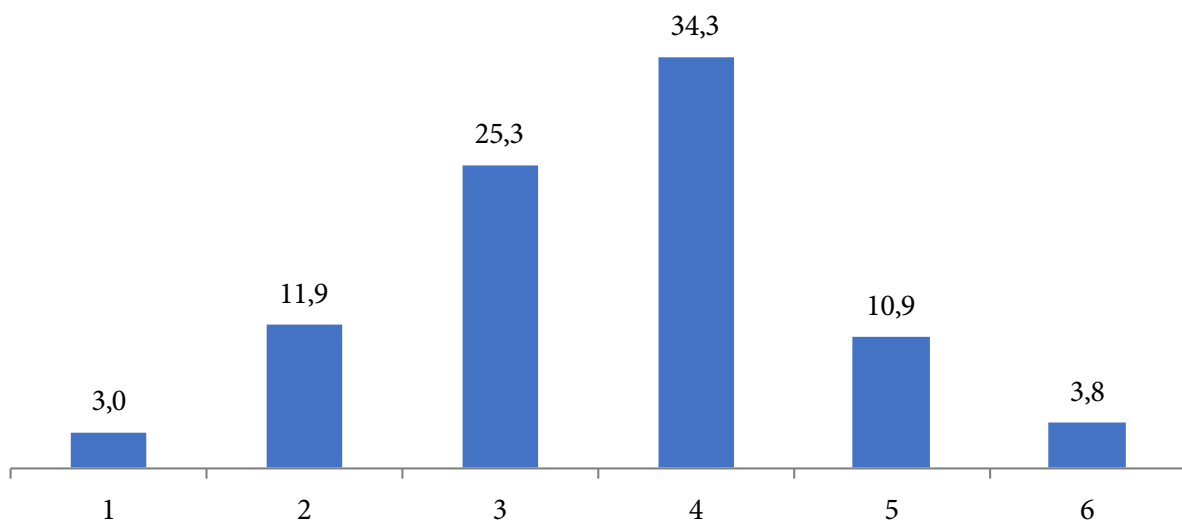


Рис. 4. Распределение ответов респондентов на вопрос о количестве членов семьи, проживающих с ними совместно в рамках одного домохозяйства, %

Figure 4. Distribution of respondents' answers to the question regarding the number of family members living with them in the same household

Более половины опрошенных в настоящий момент работают по найму (58,0%), 12,1% – неработающие студенты, 4,6% назвали себя самозанятыми или индивидуальными предпринимателями. Подавляющее большинство женщин на момент опроса проживали в городе – 74,0%

и, как правило (73,8%), имели собственное жильё, принадлежащее членам их домохозяйств, в основном – отдельную квартиру (66,7%) или частный дом (24,0%).

Структура занятости выборочной совокупности представлена на рис. 5.

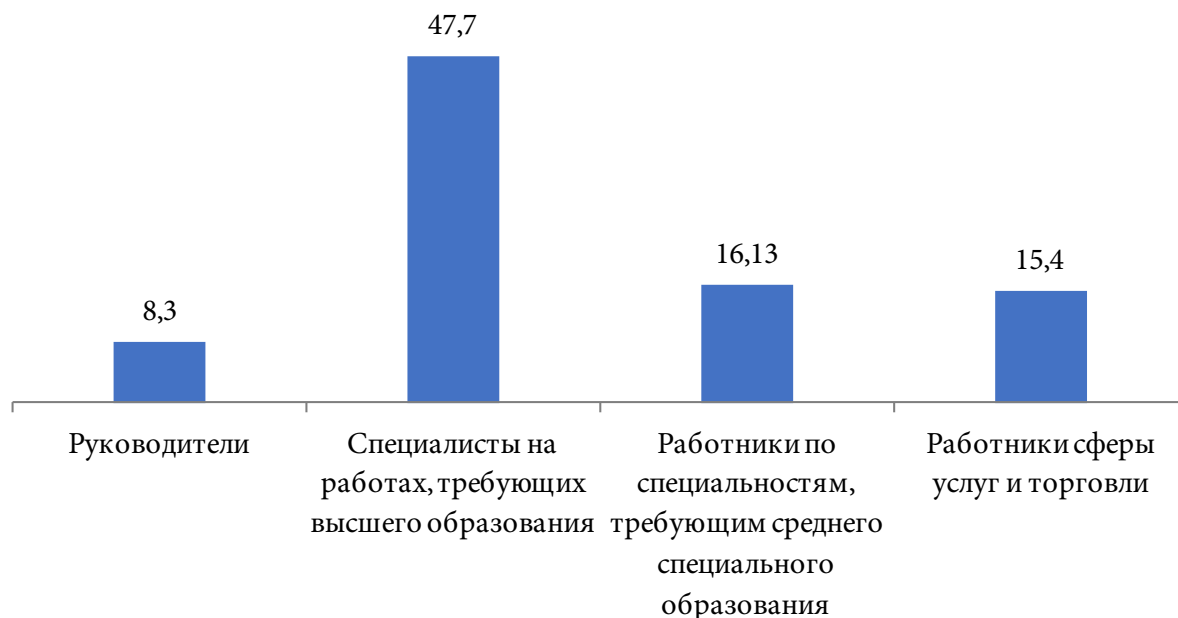


Рис.5. Распределение респондентов по категориям занятости, %

Figure 5. Respondents distribution by employment category

В распределении по сферам деятельности были выделены основные направления (рис. 6). Представленное распределение отражает также особенности выборочной совокупности, однако позволяет отметить соотношение с прочими представленными видами деятельности, оценить спектр выбора позиций. В соответствии с официальными статистическими данными по РТ, в образовании, научной сфере в 2019 г. было занято около 11,9% населения республики¹. Здесь важно учитывать и гендерную асимметрию, как правило, существенную для данных сфер деятельности.

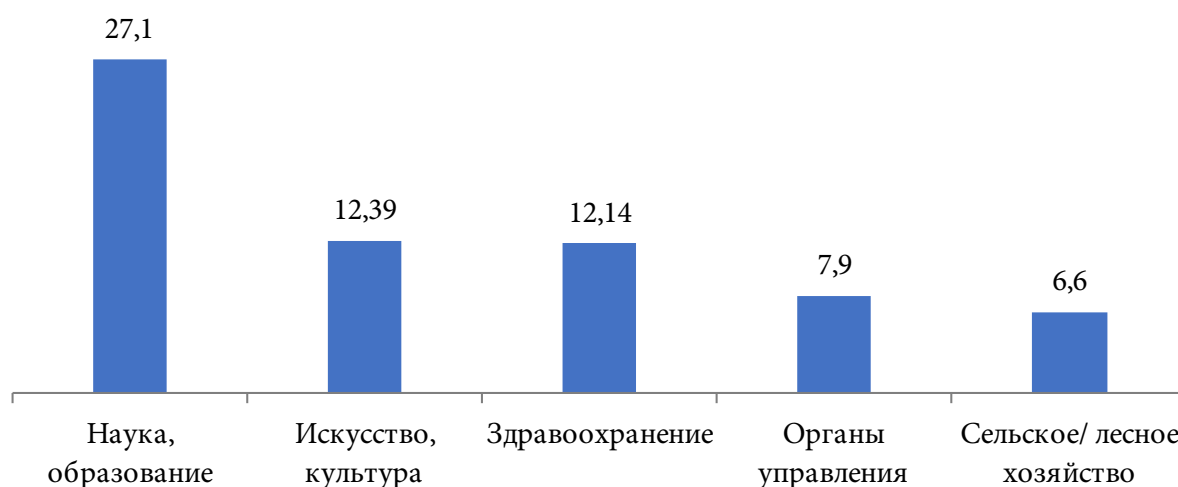


Рис.6. Распределение респондентов по сферам деятельности, %

Figure 6. Respondents distribution by activity field

¹ Территориальный орган ФСГС по Республике Татарстан // URL: <https://tatstat.gks.ru/> (дата обращения: 10.06.2020).

Подавляющее большинство (90,1%) ответили, что работают на полную ставку и больше, а также заняты на одном месте и вне дома (88,2%). Важно отметить, что незначительное количество женщин указали, что заняты на нескольких работах вне дома (7,1%). Примерно половина отвечавших женщин (44,4%) заняты полную рабочую неделю (40 часов). В этой связи структура занятости для данного распределения представляется типичной как в отношении места занятости, так и объёма работ. При этом 50,9% опрошенных таких возможностей на своём рабочем месте не имеют, а 49,1% ответили положительно. Доход женщин, участвовавших в опросе, сформирован преимущественно из заработной платы, при этом его объёма хватает на покрытие необходимых нужд, а чуть больше трети отвечавших (36,1%) удаётся ещё и сберегать.

Опрошенные женщины определяют свои репродуктивные стратегии в соответствии с особенностями собственной реализации в жизни, а также со сложившимися поведенческими установками. Модой распределения о количестве имеющихся детей в семьях опрошенных женщин был ответ – два ребёнка, также опрошенные женщины формулируют и свои ожидания количества детей (включая имеющихся). Подобное распределение позволяет говорить о наличии некоторой жизненной репродуктивной установки, с одной стороны, и о вероятном социальном, экономическом или личностном ограничении, не позволяющем женщинам формировать стратегии рождения большего количества детей, – с другой.

Среди опрошенных женщин 43,9% сказали, что хотели бы иметь (включая имеющихся) двоих детей; 10,6% – одного и 29,3% – трёх, ответы «четырёх» и «пятерых» детей отмечаются соответственно в 3 и 2,3% ответов. Интересно в этой связи выявление причины репродуктивных ожиданий женщин, принявших участие в опросе. Практически половина из них (51,9%) ответили, что желание иметь (ещё одного) ребёнка в настоящее время не продиктовано их личными желаниями; 15,7% не уверены в самостоятельности принятия решения, и только каждая четвёртая (26%) ответила, что желание завести ребёнка является её собственным.

Не вполне отчётливой является оценка опрошенными женщинами согласованности их ожиданий и ожиданий их партнёров. На вопрос о желании партнёра иметь (ещё одного) ребёнка каждая четвёртая (24,9%) ответила утвердительно, но в то же время практически каждая пятая (20,8%) – отрицательно. Вероятно, желание партнёра в этой связи не является исключительным фактором, побуждающим женщин к увеличению семьи. И в этой связи, отвечая на вопрос о планах женщин завести ребёнка в ближайшее время, чуть менее половины опрошенных (41%) ответили «определённо нет», ещё четверть выразили сомнение (24,2%), выбрав вариант «скорее нет, чем да».

Также неоднозначно выглядят ответы женщин и в перспективе иметь (ещё одного) ребёнка. Отвечая на этот вопрос, треть (27,8%) ответили «определённо нет», чуть менее половины (40%) ответивших на данный вопрос выразили определённую долю сомнений, выбрав позиции

примерно в равном распределении: «скорее нет, чем да», «скорее да, чем нет», и только каждая пятая ответила утвердительно (20,6%), но, тем не менее, отвечая на вопрос о планах по количеству детей, модой распределения по-прежнему остаётся число два (53,2% ответивших), следующая по популярности позиция – три (25,4%).

Ответы на следующий вопрос анкеты позволяют сформировать типологию репродуктивного поведения женщин в контексте их трудовой и социальной активности, а также вывить в этой связи ориентированность женщин на труд и характер занятости в соответствии с репродуктивным поведением, предопределяющим развитие их социально-трудовых отношений. Отсутствие самостоятельности в решении вопросов репродуктивной саморегуляции был отмечен ранее, а значит женщины в выборе характера и объёма труда, скорее всего, не будут абсолютно самостоятельными.

Доминирующими ответами на вопрос «Что сильнее всего мешает иметь желаемое число детей?» были следующие (представлены в порядке снижения значимости): материальное положение (37,6%); состояние здоровья (24,9%); семейная сфера (18,7%); профессиональная сфера (13,9%).

Типы взаимовлияния стратегий трудовой деятельности и репродуктивного поведения

Анализ полученных данных позволил выделить четыре типа взаимного влияния репродуктивного поведения женщин и выбранной ими стратегии трудовой деятельности.

1. Позиция «Материальное положение (финансовые, жилищные трудности)»

Выбравшие эту позицию составляют группу, представленную модой распределения по возрасту 30–34 года (24,8%), а также значимыми долями (в порядке снижения значимости) представительниц возрастных групп 35–39 лет (20,7%), 25–29 лет (16,5%), 40–44 года (15,8%). Более половины представительниц данной группы состоят в зарегистрированном браке (66,1%). В распределении по уровню профессионального образования значимы две подгруппы: доминантная (мода распределения), в которой представлены респондентки с высшим образованием (64,1%), и подгруппа имеющих среднее специальное образование (18,3%). Чуть более трети представительниц всей рассматриваемой группы имеют двоих детей (40,5%), но в данном распределении есть и ещё две значимые подгруппы: неимеющие детей (23,6%) и имеющие одного ребёнка (27,4%). Преимущественно (80,4%) женщины отмечали, что их нынешний партнёр (муж) является и отцом их детей.

По распределению ответов на вопрос о количестве членов домохозяйства, проживающих совместно с респондентами, можно сказать, что это прежде всего сами супруги и их дети, в зависимости от количества имеющихся детей – 3 члена домохозяйства (26,4%) или 4 (38,9%). При этом представительницы данной группы в основном проживают в городе (74,9%), как правило, в собственной квартире (72,3%), реже в собственном доме (19,5%).

В своих репродуктивных ожиданиях женщины хотят иметь двух (40,2%) или трёх детей (37,1%). При этом в большинстве случаев (51,2%) в настоящий момент они не намерены иметь (ещё) детей, и в ближайшие три года это также не входит в их планы: 39% ответили отрицательно и 30,9% – «скорее нет, чем да». Примерно также формируется распределение ответов и на вопрос о долгосрочном планировании: 36,7% ответили «определённо нет» и 23,9% – «скорее нет, чем да». Однако их партнёры (мужья) в большей степени расположены к увеличению семьи. Стоит уточнить, что речь идёт о субъективном самоощущении респонденток.

Доминантно репродуктивная стратегия ответивших всё же ориентирована на двух детей (46,6%). Велика доля женщин, находившихся в отпуске по уходу за ребёнком до 1,5 лет (33,6%), а также до исполнения ему 3-х лет (34%). При этом для повышения уровня дохода семьи выйти из отпуска по уходу за ребёнком досрочно были расположены чуть менее половины представительниц данной группы (48%).

Подавляющее большинство респонденток работают по найму (68,8%), как и их партнёры (мужья). Отвечая на вопрос о категории профессии, примерно половина данной группы сказали, что являются специалистами с высшим образованием (46,1%) или заняты на работах, требующих среднего специального образования (18,3%). В основном занятость женщин приходится на сферы искусства и культуры, здравоохранения, сельского хозяйства, органов управления, хотя доли выбравших данные направления занятости составляют менее 10%, а количество перечисленных сфер очень диверсифицировано.

Практически все из отвечавших заняты на своей работе на полную ставку (91,2%) и, как правило, работают на одном месте вне дома (91,5%). В распределении по количеству часов труда в неделю – это преимущественно 40 – часовая рабочая неделя. Большая доля отвечавших женщин отметили, что им не разрешают гибко организовывать своё рабочее время с учётом семейных обстоятельств (54,5%), хотя значима и доля обратных ответов (45,5%). В основном они определяют себя как «средний класс» (57,6%) и реже как «ниже среднего класса» (33,2%). В подавляющем большинстве опрошенные не имеют сбережений (79,5%).

Ключевыми позициями – маркерами группы, выбравших позицию «материальное положение» как ограничивающий фактор возможности иметь (ещё) детей, являются следующие: 40% не состоят в зарегистрированном браке, 40% уже имеют двух детей, ориентир по количеству детей преимущественно – два ребёнка, уровень дохода определяется как

средний или ниже среднего, у подавляющего количества ответивших нет сбережений, занятость в основном на полную ставку с частичной возможностью гибкого графика.

2. Позиция «Состояние здоровья»

В число выбравших данную позицию в возрастном распределении включаются женщины 30–34 лет (17,7%), 35–39 лет (25,6%, это мода распределения) и 40–44 лет (20%). Подавляющее большинство состоят в зарегистрированном браке (72,3%), имеют высшее образование (70,7%). Репродуктивное поведение чётко выражено. Треть ответивших имеют одного ребёнка, 42,3% – двух, прочие ответы имеют малые доли. Для большинства ответивших женщин их нынешний партнёр является отцом всех их детей (83,4%). В этой связи количество членов домохозяйств, как правило, отмечается в соответствии с их семьёй (родители+дети): 27,6% ответили, что количество членов их домохозяйств 3 человека и ещё 35,8% – 4 человека.

Репродуктивное поведение женщин преимущественно ориентировано на желание иметь двоих детей (45,5%), но есть значимая доля желающих иметь троих (28%). При этом в большей степени желание иметь ещё одного ребёнка, по ответам женщин данной группы, продиктовано их партнёрами (супругами) (46%), а сами женщины преимущественно отвечают, что не настроены сейчас иметь ещё одного ребёнка (54,9%). В планы на ближайшие три года это также не входит (48% ответили «определённо нет» и ещё 25% – «скорее нет, чем да»). Примерно также респондентки ответили и на вопрос о долгосрочных репродуктивных планах: 74% сказали, что «определённо не собираются» либо «скорее не собираются» иметь (ещё одного) ребёнка в будущем, останавливаясь в своих репродуктивных ожиданиях большинством голосов на двух детях.

Женщины данной группы в 36,2% случаев находились в отпуске по уходу за ребёнком до 1,5 лет и ещё в 29,7% случаев – до 3-х лет. При этом треть отвечавших досрочно прервали этот отпуск по причине необходимости повышения доходов семьи. Формируются устойчивые семейные отношения (семейная самодостаточность, суженная репродуктивная стратегия), модель семьи строится на основе официальных долгосрочных взаимосвязей по типу: родители+один (два) ребёнок.

Более 2/3 ответивших данной группы проживают в городе (73%). При этом жильё принадлежит только их семье (членам домохозяйства) в 76,7% случаях. Это, как правило, отдельная квартира (64%) или индивидуальный дом (28,8%).

Большинство женщин работают по найму (72%), как и их партнёры (супруги) (60%). На рынке труда опрошенные преимущественно являются специалистами с высшим или средним специальным образованием (43,9 и 15,8% соответственно). Практически все ответившие этой группы работают на одном месте вне дома (89%), где они заняты на полную

ставку (92,2%). При этом рабочая неделя в половине случаев составляет 36–40 часов. Есть небольшие группы ответов (примерно 6,5%) о большем количестве рабочих часов в неделю (48–50). Возможность гибких форм занятости по семейным обстоятельствам отметили почти половина респонденток и примерно столько же сказали, что возможностей гибко организовать своё рабочее время с учётом семейных обстоятельств у них нет.

Более половины определяют свой социальный статус как «средний класс» (64,8%). Но тем не менее у большинства из ответивших на данный момент сбережений нет (64,6%), хотя треть ответивших всё же отмечают наличие сбережений у их домохозяйств (33,4%).

Среди наиболее популярных сфер занятости выступают: искусство и культура, здравоохранение, общественное питание, органы управления, финансы и кредит, промышленность, сельское/лесное хозяйство. Но среди перечисленных сфер занятости нельзя выделить преферентные направления, ответов в популярных позициях не более 12% от общего количества представительниц данной группы.

3. Позиция «Семейная сфера»

Возрастное распределение в данной группе равномерно представлено в категориях 15–44 года с некоторой модой распределения в возрасте 35–39 лет. Чуть менее половины женщин (43%) – не замужем и не имеют партнёра; 16% отметили, что разведены и также не имеют партнёра; 17,6% состоят в зарегистрированном браке и ещё 11,4% сказали, что у них есть человек, с которым их связывают устойчивые близкие отношения. Представительницы данной группы преимущественно (58,9%) имеют высшее образование, а также частично (15,7%) – среднее специальное и (10,1%) незаконченное высшее. В этой связи сфера занятости сопряжена с уровнем имеющегося образования.

В основном женщины из данной группы являются специалистами на работах, требующих высшего образования (42,9%), а также руководителями (6,7%) и работниками по специальностям, где необходимо среднее специальное образование (11,4%). Подавляющее большинство (63,5%) работают по найму. При этом нет возможности говорить о единообразии характера труда, заявленные сферы деятельности многочисленны, но существует некоторая склонность к выбору сферы здравоохранения, искусства и культуры, органов управления; на эти сферы приходится примерно треть ответов женщин. И практически абсолютное большинство ответивших заняты на своей работе на полную ставку (92,2%), занятость по основному месту приложения труда занимает у них всё рабочее время, поэтому они преимущественно выбирают ответ «работаю на одном месте и вне дома» (85,2%). Трудовая неделя преимущественно представлена 40-часовой нормой времени. Ответившие женщины в половине случаев отметили, что условия их занятости не позволяют им гибко организовывать своё рабочее время с учётом семейных обстоятельств, однако практически столько же ответили обратное.

Своё социальное положение ответившие женщины оценивают как «средний класс» (59,5%) и отчасти «ниже среднего класса»¹ (29,9%). Из ответивших 62,5% не имеют сбережений на время опроса, но тем не менее значима и группа тех, у кого сбережения имеются (37,4%). Практически все представители данной группы городские жители (80,6%). Большинство (67,9%) проживают в домохозяйствах численностью 2–4 человека, крайне мало (9,5%) живут одни. В основном (72,8%) жильё является собственностью членов домохозяйств. Форма жилья – квартира (67,6%) или индивидуальный дом (18,8%).

На время опроса 52% ответивших женщин не имели детей, 31% имели одного ребёнка. При наличии всех необходимых условий половина ответивших женщин хотели бы иметь двух детей, 25,9% – трёх, 16,0% – одного. При этом у трети на текущий момент нет желания заводить детей, равно как и в течение ближайших трёх лет (36,7%), а ещё 55% очень сомневаются, что это случится. Примерно так же ответившие женщины видят и долгосрочную перспективу в отношении собственной репродуктивной стратегии: 34% ответили, что определённо не настроены на то, чтобы иметь (ещё) детей; 40,6% сомневаются. Половина ответивших из рассматриваемой группы всё же говорит о желании иметь двух детей.

В отпуске по уходу за ребёнком находились около четверти женщин (в равном распределении как до 1,5 лет, так и до 3–х.) При этом особых причин, побудивших к выходу из отпуска, не сформировалось, 23,7% традиционно отметили необходимость повышения дохода семьи. Расходы, связанные с содержанием и обеспечением детей, в ответах респонденток данной группы составляют очень незначительную величину.

Таким образом, на основе проведённого анализа формируется ярко выраженное представление антиподного репродуктивного поведения для рассматриваемой группы. Причинами, мешающими женщинам иметь желаемое число детей, они отметили отсутствие супруга/партнёра и сложные отношения в семье, однако не эти внешние факторы определяют репродуктивное поведение, но внутренние сложившиеся ценностные и жизненные установки женщин. Декларируя собственную ориентированность на семью и рождение детей, представительницы данной группы вместе с тем представляют собой основную рабочую силу, устойчиво функционирующую на рынке труда, обладают достаточным уровнем компетенций, хорошим образованием, стабильной трудовой карьерой, сформированными трудовыми отношениями.

4. Позиция «Профессиональная сфера»

Выбравшие эту позицию своей стратегией трудовой деятельности и репродуктивного поведения представлены преимущественно возрастными когортами 15–19, 25–29 лет и 30–34 года, что может быть детерминировано как сопряжённые периоды с процессами первичной

¹ Сформулировано по самоощущению, исходя из ответов респонденток.

и вторичной профессиональной ориентации, этапами профессиональной подготовки и переподготовки, становления и смены трудовой карьеры, этапами первичного включения и изменения трудовой и профессиональной ориентации.

В отношении семейного положения данная группа женщин дифференцирована в соответствии с возрастными когортами на две доминантные подгруппы: «состою в зарегистрированном браке» (46,5%) и «не замужем и не имею партнёра» (24,5%).

Распределение уровня образования среди женщин данной группы тяготеет к получению именно высшего профессионального образования. Уже получившие высшее профессиональное образование из отвечавших в данной группе женщин составляют 53,9%; часть имеют неоконченное высшее и примерно такая же часть – среднее и среднее специальное профессиональное образование.

Примерно половина респонденток данной группы не имеют детей, ещё по 20% имеют соответственно одного или двух детей. В подавляющем количестве ответов отцом ребёнка, при его наличии, является нынешний партнёр (муж/гражданский муж). В отношении репродуктивных ожиданий большинство отвечавших сказали, что хотели бы иметь двух детей, но на данный момент этот вопрос ими не рассматривается, также безучастно сформировано распределение ответов на вопросы о репродуктивных планах на ближайшие три года и на перспективу.

В распределении членов семьи, проживающих вместе с опрашиваемыми, тяготение заметно в сторону расширенных семейных взаимосвязей (3–4 члена семьи). В связи с ранее представленными ответами об отсутствии детей и мужа, подобное распределение говорит о проживании совместно с близкими родственниками (например, родителями), что также объяснимо и распределением по возрастным группам с доминантой в более молодые сегменты выборки. Значительная часть отвечавших женщин проживают в городе (77,6%), преимущественно в отдельной квартире (66,8%) либо в индивидуальном доме (27,3%). При этом жильё, в котором проживают ответившие женщины, в основном принадлежит только членам их домохозяйств (75,9%).

Более половины респонденток группы отмечают, что на данный момент работают по найму, часть продолжают учиться и поэтому не трудоустроены (21,2% являются студентами и не работают; 13,2% также ещё продолжают обучение, но параллельно работают). Работающие женщины отмечают, что заняты как специалисты на работах, требующих высшего образования (39,8%), часть как руководители (12,03%), при этом сферы занятости очень диверсифицированы: в основном это здравоохранение, искусство и культура, общественное питание, строительство, органы управления, финансы и кредит, связь, доставка и т. д. Практически все отвечавшие (92,2%) сказали, что заняты на своём рабочем месте на полную ставку и больше. Большинство ответивших женщин отметили (75%), что работают на одном месте и вне дома, рабочая неделя отвечавших составляет, как правило, 40 часов.

В отношении вопроса о возможности гибкой организации занятости отвечавшие женщины были крайне неактивны в ответах, по всей видимости этот вопрос не представляет для них особенного интереса, но всё же из ответивших большинство сказали, что им разрешают на работе гибко организовывать своё рабочее время с учётом семейных обстоятельств. Большинство отвечавших относят себя к «среднему классу» (74,2%). При этом лишь у половины из отвечавших на момент опроса есть сбережения, примерно столько же ответили, что сбережений не имеют.

Характеристика типов трудового поведения на основе проанализированных ответов женщин по группам

В рамках данного исследования можно утверждать о существовании следующих типов трудового поведения женщин в контексте репродуктивных установок: материально ориентированный; «здоровьесохранный»; «семейно центрированный»; профессионально направленный.

Траектории представленности данных поведенческих типов в обществе возможно отслеживать в динамике, характеризуя дополнительно особенности трансформации ценностных и профессиональных ориентаций. По итогам эмпирического анализа можно дать базовые описательные характеристики выделенным типам трудового поведения женщин в контексте репродуктивных установок.

«Материально ориентированный» тип определяется крайне размытой в ценностном осмыслении стратегией поведения – как репродуктивного и семейного, так и в отношении труда и занятости. Для представителей данной условной группы нет чётко выраженных поведенческих установок, в этой связи их поведение сложно детерминировать посредством причинно-следственных связей и формировать прогностические сценарии вероятного изменения. Важно отметить, что представительницы этой группы считают именно материальное положение в большей степени мешающим лично им иметь желаемое число детей. Группа является самой многочисленной из опрашиваемых (39,5% общей выборки). Как правило, её составляют женщины, уже сформировавшиеся как в семейном, так и профессиональном плане, но заданная траектория семейной и профессиональной деятельности далеко не всегда их устраивает. В этой связи есть определённые ожидания как в отношении семьи, детей, так и профессиональной деятельности, но нет ни возможностей, ни особого желания что-то менять. Так, имея высшее образование, в целом определяя свой доход на уровне среднего класса, практически полностью использовавшие свой отпуск по уходу за ребёнком, женщины данной группы тем не менее считают недостаточную материальную обеспеченность основным фактором, препятствующим им иметь (ещё) детей, хотя в ответах на вопросы о репродуктивных ожида-

ниях, особенно об изменениях в своей репродуктивной стратегии, они говорят как о некоем потенциальном видении, но внутренне не готовы к подобным изменениям.

«Здоровьесохранный» тип ориентирован в своём репродуктивном поведении вектором сохранности собственного здоровья. Именно эта группа выступает как устойчивая в рамках семейных и репродуктивных поведенческих установок, так и в отношении труда и занятости. Представительницы данной группы – женщины 30–40 лет, трезво оценивающие собственные достижения и ожидания, состоящие, как правило, в единственном браке, имеющие детей от одного партнёра, в их семьях обычно 1–2 ребёнка. Уровень образования преимущественно тяготеет к высшему профессиональному; занятость, как правило, осуществляется на местах, требующих наличия высшего образования в разных сферах. Уровень дохода близок к среднему и выше среднего. Представительницы данной группы устойчивы в самооценке, самодостаточны, ответственны, активны в трудовой деятельности, могут быть определены и как некоторое устойчивое эмоционально-профессиональное ядро семейных и трудовых отношений. При этом очевидны как взаимовлияние устойчивости семейной ситуации на продуктивность занятости и трудовой карьеры, так и обратный эффект: трудовая реализуемость, достаточный уровень дохода и реальность ожиданий приводят к семейной стабильности, разумности и осмысленности репродуктивного поведения.

«Семейно центрированный» тип характеризуется системной зависимостью между участием в трудовых отношениях и репродуктивным поведением. Представительницы этого типа образуют эмоционально и психологически неустойчивую группу: в репродуктивном поведении определяемую ожиданиями, зависящую от иных членов домохозяйств, не имеющую чётко сформированной модели семьи, но получившую хорошее высшее или среднее профессиональное образование; её члены имеют возможность ответственной занятости и нормативного выполнения своих трудовых функций, характеризуются устоявшимися традиционными трудовыми отношениями, средним и чуть ниже среднего уровнем трудового дохода; они заняты преимущественно в регламентируемой сфере труда, способны чётко выполнять заданные правила и нормы трудового поведения. Как правило, женщины этой группы несут в общество призыв к идеализации семьи, не довольствуясь существующим положением, но тем не менее принимающие его как некоторый условный ценностный ориентир, которому важно следовать.

Тип «профессиональной направленности» характеризует группы, декларирующие своё поведение в концепте именно профессионального развития. Их представляют женщины преимущественно молодого возраста, находящиеся на этапе своего профессионального формирования, получающие образование либо профессиональную переподготовку, участвующие в первичной и вторичной профессиональной интеграции. Как правило, представительницы данной группы не имеют детей, хотя часть

из них и состоят в зарегистрированном браке. В семейных отношениях отдают предпочтение устойчивым взаимосвязям. Но при этом без проявления активности в отношении деторождения, причём как в ближайшее время, так и на перспективу. Ожидаемое количество детей отражает сформировавшуюся в обществе картину семьи – два ребёнка.

Выводы

Выявленные поведенческие стратегии в системе общественных координат «занятость – репродуктивное поведение» обозначили ряд устойчивых общественных тенденций. Фактором устойчивого репродуктивного поведения и устойчивой занятости с оценками самодостаточности и удовлетворённости как семейным благополучием, так и условиями труда и занятости, выступает поведенческая стратегия ориентирования на здоровье.

Наличие детей не коррелирует с фактором уровня дохода. Наоборот: женщины, имеющие двух и более детей, как правило, не демонстрируют поведенческих установок поиска большей занятости и большего уровня дохода, а те, у кого детей нет либо один ребёнок, выражают поведенческие стратегии, направленные на профессиональный рост, большую занятость и приращение дохода. Фактор материального благополучия не является основной причиной и следствием поведенческих стратегий ожидания большей материальной обеспеченности, поведенческая стратегия ориентирована скорее на здоровье. У большинства женщин не выявлено чётко определённых ценностных установок по отношению к семье и репродуктивному поведению, а также к труду и занятости.

В современном обществе отсутствуют устойчивые ценностные ориентации репродуктивного и профессионального поведения женщин. Его начатки планомерно формируются у более молодых возрастных групп до 30 лет, что сопряжено с их первичной личной и профессиональной социализацией в современном обществе, относительно свободном от прежних стереотипов семейных и трудовых ценностных отношений.

В рамках исследования можно утверждать о существовании следующих четырёх типов трудового поведения женщин в контексте репродуктивных установок: «материально ориентированный», «здоровьесохраняющий», «семейно центрированный» и «профессионально направленный». Представительницы «материально ориентированной» группы – это уже сформировавшиеся как в семейном, так и профессиональном плане женщины, при этом их заданная траектория семейной и профессиональной деятельности далеко не всегда их устраивает. Представительницы «здоровьесохраняющей» группы устойчивы в самооценке, самодостаточны, ответственные, активны в трудовой деятельности, могут быть определены и как некоторое устойчивое эмоционально-профессиональное ядро семейных и трудовых отношений. Представительницы «семейно центрированной»

группы несут в общество призыв к идеализации семьи, не довольствуясь существующим положением, но принимающие его как некоторый условный ценностный ориентир, которому важно следовать. Группа «профессиональной направленности» декларирует своё поведение в концепте профессионального развития, представительницы данной группы не имеют детей, хотя часть из них и состоят в зарегистрированном браке.

Наличие детей (двух и чуть реже трёх) является тем репродуктивным фактором, который побуждает женщин к формированию устойчивой поведенческой стратегии занятости, характеризующейся в свою очередь удовлетворённостью трудом, устойчивой занятостью, уровнем дохода, семейным благополучием. Важно отметить, что большинство из опрошенных женщин ориентированы на создание семьи и рождение детей. Таким образом, основной стратегией трудового поведения для них будет являться совмещение работы с уходом за детьми. Однако стоит отметить, что существует также большое количество молодых девушек, которые находятся на этапе своего профессионального формирования: получают образование либо проходят переподготовку, участвуют в первичной и вторичной профессиональной интеграции; они относятся к группе «профессиональной направленности». Данная группа женщин не проявляет активности относительно ожидания детей как в ближайшее время, так и на перспективу. Соответственно, более молодое поколение женщин Республики Татарстан ориентировано на трудовую деятельность больше, чем на репродуктивную.

Библиографический список

1. Мезенцева Е. Б. Гендер и экономика: мировой опыт и экспертиза российской практики. М.: Русская панорама. 2002. 352 с.
2. Сивякова Е. А., Рябцев С. В., Кириллов П. Е. Современные методы управления конфликтами в организациях // Тенденции развития науки и образования. 2019. № 49. Часть 3. С. 98–102. DOI: 10.18411/lj-04-2019-68
3. Тагаров Б. Экономические причины гендерного неравенства на рынке труда // Russian Journal of Labor Economics. No 7. P. 15–26.
4. Anker R. Forthcoming Gender and jobs: Sex segregation of occupations in the world. Geneva: International Labour Office. 1998. 444 p.
5. Becker G. S. The economics of discrimination. Chicago: University of Chicago Press. 1971. 178 p.
6. Bergmann B. Occupational segregation, wages and profits when employers discriminate by wage or sex // Eastern Economic Journal (Stores, CT). 1974. V. 1. No 2–3. P. 103–110.
7. Doeringer P., Piore M. Internal labor markets and manpower analysis. Lexington: D. C. Heath and Co. 1971. 212 p.

8. Edgeworth F. Y. Equal pay to men and women for equal work // *Economic Journal* (London). 1922. Vol. 32. No 4. P. 431–457.
9. Employment, incomes and inequality: A strategy for increasing productive employment in Kenya // URL: https://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/1972/72B09_608_engl.pdf (дата обращения: 07.05.2020).
10. Enhancing women's participation in economic development. The World Bank. URL: <http://documents.worldbank.org/curated/en/764641468135599885/Enhancing-womens-participation-in-economic-development> (дата обращения: 07.05.2020).
11. Enterprise Surveys // The World Bank Gender Data Portal. URL: <https://www.enterprisesurveys.org> (дата обращения: 07.05.2020).
12. Frone M., Yardley J., Markel K. Developing and testing an integrative model of the work-family interface // *Journal of Vocational Behavior*. 1997. V. 50. No 2. P. 145–167.
13. Gonzalez P. Indicators of the relative performance of women in the labour market. Mimeo. Geneva: International Labour Office. 1991. 234 p.
14. Gunderson M. Comparable worth and gender discrimination: An international perspective. Geneva: International Labour Office. 1994. 140 p.
15. Hill J., Yang C., Hawkins A., Ferris M. A cross-cultural test of the work-family interface in 48 countries // *Journal of Marriage and Family*. 2004. V. 66. No 5. P. 1300–1316.
16. Parasuraman S., Simmers C. Type of employment, work-family conflict and well-being: a comparative study // *Journal of Organizational Behavior*. 2001. V. 22. No 5. P. 551–568.
17. Reynolds J. In the face of conflict: work-life conflict and desired work hour // *Journal of Marriage and Family*. 2005. V. 67. No 5. P. 1313–1331.
18. Scandura T., Lankau M. Relationships of gender, family responsibility and flexible work hours to organizational commitment and job satisfaction // *Journal of Organizational Behavior*. 1997. V. 18. No 4. P. 377–391.
19. Spitze G. Women's employment and family relations: a review // *Journal of Marriage and the Family*. 1988. V. 50. No 3. P. 595–618.
20. Standing G. Global feminization through flexible labour // *World Development*. 1989. V. 17. Iss. 7. P. 1077–1095.
21. Terrell K. Female-male earnings differentials and occupational structure // *International Labour Review* (Geneva). 1992. V. 131. No 4–5. P. 387–404.
22. The world's women 1970–1990: Trends and statistics. 1991. United nation publications // URL: <https://unstats.un.org/unsd/demographic/products/Worldswomen/WW1990.pdf> (дата обращения: 07.05.2020).

23. Treiman D. J., Hartmann H. I. (Eds.). Women, work, and wages: Equal pay for jobs of equal value. Washington: National Academy Press. 1981. 148 p.

24. Zakirova V. Gender inequality in Russia: The perspective of participatory gender budgeting // Reproductive Health Matters. 2014. V. 22. Iss. 44. P. 202–212.

Статья поступила 07.07.2020

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Гневашева Вера Анатольевна, доктор экономических наук, доцент, Отдел воспроизводства трудовых ресурсов и занятости населения, Институт демографических исследований ФНИСЦ РАН, Москва, Россия; Научно-исследовательский центр семьи и демографии, Академия наук Республики Татарстан, Казань, Россия.

Ильдарханова Чулпан Ильдусовна, доктор социологических наук, директор Научно-исследовательского центра семьи и демографии, Академия наук Республики Татарстан, Казань, Россия.

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.700

Typical Socio-Economic Behavioural Orientations of Women in the Tatarstan Labour Market

Vera A. Gnevasheva

Institute for Demographic Research FCTAS RAS, Moscow, Russia, Family and Demography Center, Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, Kazan, Russia

E-mail: gnevasheva5671-1@unesp.co.uk

ORCID ID: 0000-0002-3596-661X

Chulpan I. Ildarhanova

Family and Demography Center, Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, Kazan, Russia

E-mail: ildarhanova5671-1@kpi.com.de

ORCID ID: 0000-0002-3992-0336

For citation: Gnevasheva V. A., Ildarhanova Ch.I. Typical socio-economic behavioural orientations of women in the Tatarstan labour market. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 93–117. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.700

Abstract. The article presents the results of a study aimed at determining the behavioral trajectories of women as a significant demographic segment, differentiated by gender, and identifying its significance for the process of formation and transformation of the market mechanism of the labor market in the Republic of Tatarstan. Forecasts of the impact of modern strategies of women's labor behavior are substantiated from the standpoint of their determinant as a factor of demographic self-determination. In this regard, the strategies of women's labor behavior identified by the authors allow to form a conceptually and methodologically justified model for managing the labor market mechanism in Tatarstan, including in relation to predictive decisions of a preventive policy for managing the market mechanism in order to optimize the use of the female labor force, creating demographically favorable conditions for increasing the number of qualified labor force, reduction of social tension and growth of socio-economic activity of the population in relation to the formation, distribution and use of labor force. The analysis of the obtained data allowed to identify four types of the correlation of the reproductive behavior of women and the strategy of labor activity chosen by them. The main types of labor behavior of women in the Republic of Tatarstan were identified as materially oriented, "health-caring", "family-centered" and professionally oriented.

The women interviewed in the study determine their reproductive strategies in accordance with the peculiarities of their self-realization in life, as well as with predetermined behavioral attitudes. Most women lack independence in issues of reproductive self-regulation. Consequently, in the choice of the nature and amount of work, most likely,

women will not be completely self-sufficient. The authors also found that most women are focused on creating a family and having children. Thus, the main strategy of work behavior for them will be to combine work with child-care. However, it is worth noting that there are also a large number of young girls who belong to the “professional orientation” group and participate in primary and secondary professional integration. The results of the study led to the conclusion that the younger generation of women in the Republic of Tatarstan is focused to a greater extent on labor activity than on reproductive one.

Keywords: gender segregation, discrimination, labor behavior, demographic self-determination

References

1. Mezentseva E. B. (Ed.). Gender i ekonomika: mirovoy opyt i expertiza rossijskoy praktiki [Gender and economics: World experience and examination of Russian practice]. Moscow: ISEPN RAS – ICGM: Russkaya panorama, 2002. 352 p. (In Russ.)
2. Siviakova E. A., Riabcev S. V. Modern methods of conflict management in organizations. Tendencii Razvitija Nauki i Obrazovanija. 2019. No. 49. Part 3. 98–102. DOI: 10.18411/lj-04-2019-68. (In Russ.)
3. Tagarov, B. Economic reasons for gender inequality in the labor market. Russian Journal of Labor Economics, 2020. No. 7. P. 15–26. (In Russ.)
4. Anker R. Forthcoming Gender and jobs: Sex segregation of occupations in the world. Geneva, International Labour Office. 1998. P. 444.
5. Becker G. S. The economics of discrimination. Chicago, University of Chicago Press. 1971. P. 178.
6. Bergmann B. Occupational segregation, wages and profits when employers discriminate by wage or sex. Eastern Economic Journal (Stores, CT). 1974. V. 1. No 2–3. P. 103–110.
7. Doeringer P., Piore M. Internal labor markets and manpower analysis. Lexington, D. C. Heath and Co. 1971. 212 p.
8. Edgeworth F. Y. Equal pay to men and women for equal work. Economic Journal (London). 1922. Vol. 32. No 4. P. 431–457.
9. Employment, incomes and inequality: A strategy for increasing productive employment in Kenya. Accessed 07.05.2020. Available at: https://www.ilo.org/public/libdoc/ilo/1972/72B09_608_engl.pdf.
10. Enhancing women’s participation in economic development. The World Bank. Accessed: 07.05.2020. Available at: <http://documents.worldbank.org/curated/en/764641468135599885/Enhancing-womens-participation-in-economic-development>.
11. Enterprise Surveys. The World Bank Gender Data Portal. Accessed: 07.05.2020. Available at: <https://www.enterprisesurveys.org/>.
12. Frone M., Yardley J., Markel K. Developing and testing an integrative model of the work-family interface. Journal of Vocational Behavior. 1997. V. 50. No 2. P. 145–167.
13. Gonzalez P. Indicators of the relative performance of women in the labour market. Mimeo. Geneva, International Labour Office. 1991. 234 p.
14. Gunderson M. Comparable worth and gender discrimination: An international perspective. Geneva, International Labour Office. 1994. 140 p.
15. Hill J., Yang C., Hawkins A., Ferris M. A cross-cultural test of the work-family interface in 48 countries. Journal of Marriage and Family. 2004. Vol. 66. No 5. P. 1300–1316.
16. Parasuraman S., Simmers C. Type of employment, work-family conflict and well-being: a comparative study. Journal of Organizational Behavior. 2001. Vol. 22. No 5. P. 551–568.
17. Reynolds J. In the face of conflict: work-life conflict and desired work hour. Journal of Marriage and Family. 2005. Vol. 67. No 5. P. 1313–1331.
18. Scandura T., Lankau M. Relationships of gender, family responsibility and flexible work hours to organizational commitment and job satisfaction. Journal of Organizational Behavior. 1997. Vol. 18. No 4. P. 377–391.
19. Spitze G. Women’s employment and family relations: a review. Journal of Marriage and the Family. 1988. Vol. 50. No 3. P. 595–618.
20. Standing G. 1989. Global feminization through flexible labour. World Development. 1989. Vol. 17.No 7. P. 1077–1095.

21. Terrell K. Female-male earnings differentials and occupational structure. *International Labour Review* (Geneva). 1992. Vol. 131. No 4–5. P. 387–404.
22. The world's women 1970-1990: Trends and statistics. 1991. United nation publications (Web portal). Accessed 07.05.2020. Available at: <https://unstats.un.org/unsd/demographic/products/Worldswomen/WW1990.pdf>.
23. Women, work, and wages: Equal pay for jobs of equal value. Ed. by D. J. Treiman, H. I. Hartmanii. Washington, National Academy Press. 1981. 148 p.
24. Zakirova V. Gender inequality in Russia: The perspective of participatory gender budgeting. *Reproductive Health Matters*. 2014. Vol. 22. No. 44. P. 202–212.

The article was submitted on: July 07.2020

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Vera A. Gnevasheva, Doctor of Economic sciences, Associate Professor, Institute for Demographic Research of FCTAS RAS, Moscow, Russia;
Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, Kazan, Russia.

Chulpan I. Ildarhanova, Doctor of sociological sciences, Family and Demography Center, Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, Kazan, Russia.

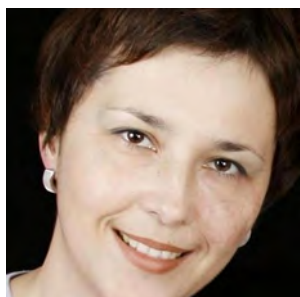
СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ «ЦИФРОВОЙ ЭКСПАНСИИ»

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.702

Исследование факторов удовлетворённости потребителей развитием цифровых коммуникаций: ожидания и реальность

Ссылка для цитирования: Артюшина Е. В., Коренькова М. М. Исследование факторов удовлетворённости потребителей развитием цифровых коммуникаций: ожидания и реальность // Вестник Института социологии. 2021. Том 12. № 1. С. 118–135. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.702

For citation: Artyushina E. V., Korenkova M. M. Research on the factors of consumer satisfaction with the development of digital communications: expectations and reality. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 118–135. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.702



**Артюшина
Екатерина Валерьевна¹**

¹ Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»

eartyushina@hse.ru

AuthorID РИНЦ: 506772



**Коренькова
Марианна Максимовна¹**

¹ Национальный исследовательский университет
«Высшая школа экономики»

mkorenkova@hse.ru

AuthorID РИНЦ: 331216

Аннотация. Авторы данной статьи исходят из того, что в результате интенсивного развития цифровых технологий сформировалось понимание жизни в цифровом обществе, в котором многие привычные социальные практики трансформировались в цифровые. В частности, цифровые технологии способствовали тому, что общение по личным, общественным и коммерческим вопросам перешло на новый, виртуальный уровень. Однако в ряде сфер цифровая коммуникация вызывает проблемы и коммуникативные сбои. Например, результаты ранее проведённых исследований выявили высокий уровень потребительской неудовлетворённости при использовании цифровых коммуникационных инструментов компаниями. Особенно много нареканий вызывают у людей ставшие широко популярными в последнее время автоответчики, которыми всё чаще пользуются общественные и коммерческие учреждения. В данной статье обсуждаются новые способы, к которым прибегают компании

для того, чтобы доставить своё сообщение существующему или потенциальному клиенту, а также качество и оценки потребителями некоторых из этих способов. Кроме того, авторы попытались выявить факторы, влияющие на удовлетворённость потребителей коммуникацией с компаниями в цифровой среде. Основными методами исследования являются анализ результатов предыдущих проектов, интервьюирование и онлайн опрос. Полевое исследование, на результатах которого основана данная статья проводилось в г. Нижний Новгород. На примере компаний телекоммуникационной отрасли были выявлены ожидания, предъявляемые нижегородцами к используемой в современном мире автоматизированной системе коммуникации между пользователем и поставщиком услуг в условиях, когда коммуникация инициируется потребителем для решения возникших у него проблем. Эти ожидания обобщены в шесть групп, произведена сравнительная количественная оценка потребительских ожиданий и фактического качества коммуникации. Была определена низкая степень удовлетворённости новыми способами коммуникационного взаимодействия между компаниями и пользователями, а также выявлены факторы, влияющие на отношение потребителей. В целом сформированные факторы определяют приоритетные направления трансформации коммуникационных практик компаний и являются основой баланса технологий и человеческих ресурсов на предприятии.

Ключевые слова: цифровые коммуникации, исследование удовлетворённости потребителей, коммуникационная деятельность, автоматизация коммуникационного процесса, удовлетворённость потребителей, маркетинговые коммуникации

Усложняющаяся социокультурная динамика современного общества вывела взаимодействие людей далеко за рамки коммуникаций внутри однородного социума [6]. Люди вовлечены во всё более разветвлённую социальную сеть коммуникативного обмена [25]. Теория Эммерсона о социальном взаимодействии на макро- и микроуровнях позволила выделить подходы к изучению коммуникаций как в сфере социологии, так и в сфере бизнеса и маркетинга. Накопление информации, усложняющиеся способы её хранения, обработки и использования, баланс власти и производительности на основе уровня развития информационно-коммуникативных технологий М. Кастельс характеризует как «информациональность» современного общества [14]. Особо важным инструментом стали медиакоммуникации, оказывающие, согласно Маклюэну, необратимое влияние на человека и общество [18]. Новые медиа понимаются как улучшенная версия прежних средств массовой информации, как их модернизированный вариант с новыми видами распространения информации и отсутствием централизованного контроля [27]. Прослеживается преемственность принципов донесения информации и общих выразительных приёмов. Новыми отличительными особенностями современных медиа является их интерактивность и автоматизация [24]. Именно эти особенности используют компании в своём взаимодействии с потребителями в сфере электронных коммуникаций.

Коммуникации являются важным связующим звеном между домохозяйствами и различными организациями. Интерактивность позволяет потребителю дать обратную связь, что является важным фактором, так

как даёт людям возможность донести информацию о своих потребностях до компаний, а компании благодаря такому общению повышают свою узнаваемость на рынке [19]. Кроме того, в долгосрочной перспективе коммуникация является основой процветания организации, её конкурентоспособности [28].

В последнее время под влиянием стремительно развивающихся цифровых технологий и масштабного развития цифрового сектора экономики степень интерактивности увеличивается, наблюдается массовое вовлечение людей в диджитал-среду, что существенно влияет на маркетинговый коммуникационный инструментарий и стимулирует бизнес не только к использованию цифровых технологий, но и персонализации коммуникации [9; 10]. Современный человек в роли потребителя демонстрирует высокий уровень инициативы и самостоятельности в действиях, связанных с приобретением товаров и услуг. Можно заметить изменение модели рынка с В2С (компания-потребитель) на С2В (потребитель-компания). Мы стали более самостоятельны в поиске товаров на рынке, при этом сами часто иницилируем появление новых продуктов. На протяжении уже довольно значительного отрезка времени люди участвуют в генерировании контента сайтов и блогов, влияют на выбор сюжетов для шоу, мероприятий и даже книг, создают вместе с маркетологами потребительский продукт, а также способы его рекламирования [23].

Наряду с интерактивностью, всё большего масштаба достигает автоматизация. Даже когда мы звоним заказать пиццу, нас приветствует электронная женщина и просит нажать определённую кнопку на клавиатуре телефона. Например, всё большая занятость населения способствовала появлению таких новых продуктов, как мобильный банк, позволяющих совершать платежи из дома. Желание потребителя не задумываться о необходимости оплаты за сотовую связь и интернет привело к появлению услуги «автоплатёж». Как отклик на такое положение дел, компании активно используют возможности машинного интеллекта и дополненной реальности в своём взаимодействии с потребителями, и главным результатом цифровой трансформации бизнес процессов становится их автоматизация.

В стремлении к максимальной автоматизации коммуникаций, компании используют различные цифровые маркетинговые инструменты. Одни компании активно развивают мобильный маркетинг, предполагающий доставку коммуникационного сообщения на мобильные устройства потребителей: телефоны, смартфоны, планшеты. Другие используют для взаимодействия с потребителем социальные сети, рассматривая их как средство публичной коммуникации и инструмент влияния на формирование общественного мнения. Относительно новым для российского потребителя являются мессенджер-коммуникации, предполагающие обращение к потенциальному потребителю через мобильные чаты (WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram), которые до недавнего времени воспринимались нами как личное пространство для общения с родными и близкими. Теперь же в это пространство интенсивно внедряются чат-боты

и аудио-боты. Внедрение чат-бот технологий в жизнь современного человека будет продолжаться «благодаря идее Facebook об интеграции рекламы прямо в чаты приложения Messenger, а также появлению Google Allo – умного мессенджера с тесной интеграцией технологий искусственного интеллекта в помощника Google Assistant» [5]. «Умная» техника – телевизоры, компьютеры, смартфоны – собирает информацию о своих хозяевах и транслирует её в центры сбора информации, благодаря чему создаётся виртуальный образ отдельно взятого члена общества с его желаниями и потребностями» [16].

Понимая, что современный потребитель почти всегда онлайн, компании активно используют цифровые инструменты вовлечения человека в виртуальную среду. При каждом взгляде на рекламный экран, экран смартфона или телевизора, на нас выпрыгивают, кричат, мигая и завлекая, новые охотники за нашим временем и ресурсами [12]. Цифровые коммуникации включают в себя и другие инструменты, основанные на цифровых технологиях: от рекламного предложения при инсталляции программ до мелодий и автоответчиков, позволяющих удерживать абонента на линии.

Появление большого количества новых для российского общества и рынка коммуникационных практик вызвало необходимость их научного изучения и создало новое исследовательское поле. С точки зрения социально-рыночных отношений, интерес представляет изучение тех форм коммуникаций, которые используются компаниями в рамках маркетинговой деятельности, направленной на потребителя и восприятие её людьми, с которыми компания взаимодействует. Исследование, например, социальных технологий рекламы и продвижения товара [4] показало, что воздействие социальных технологий в большой степени усиливается благодаря инфокоммуникационным технологиям, при этом общество критически относится к манипулятивным социальным технологиям.

Ещё одно исследование диджитал-коммуникаций в области социально-рыночных отношений было сосредоточено на более частной ситуации, когда коммуникация инициируется компанией. Его объектом является предложение новых продуктов с использованием цифровых инструментов для привлечения человека в виртуальную среду. Продукт может быть представлен через e-mail рассылку или с помощью сообщений, сгенерированных чат-ботами. Согласно исследованию¹, e-mail рассылку открывает 10–30% потребителей, в то время как чат-бот сообщения просматривает 85% реципиентов [11]. Результаты исследования говорят о том, что потребители положительно воспринимают такой способ коммуникации, возможно, из-за большей предрасположенности просматривать сообщения в мессенджерах.

Данное авторское исследование лежит в области автоматизации электронных коммуникаций. Особое внимание в нашем исследовании уделено автоответчикам как наиболее противоречивому автоматизиро-

¹ 80% of businesses want chatbots by 2020 // URL: <https://www.businessinsider.com/80-of-businesses-want-chatbots-by-2020-2016-12?r=DE&IR=T> (дата обращения 14.05.20)

ванному инструменту цифровых коммуникаций, с которыми сталкивался практически каждый из нас и который вызывает наибольшую реакцию со стороны пользователей. С одной стороны, стремясь к автоматизации общения с потребителем, компании внедрили автоответчики в свою деятельность. С другой стороны, результаты ранее проведённых исследований [3; 1; 2] выявили высокий показатель потребительской неудовлетворённости использованием автоответчиков. Принятие социумом того или иного вида технологий говорит о поступательном и закономерном развитии цифрового общества; кроме того, потребительская удовлетворённость продолжает оставаться одним из факторов роста товарооборота, прибыли предприятия. Все это определило основную проблему исследования – определить степень удовлетворённости потребителей автоматизацией коммуникационного процесса с институтами рынка. При этом могут быть выявлены небезынтересные для компаний факторы, позволяющие повысить удовлетворённость пользователей при автоматизированном общении с компаниями на основе использования автоответчиков. Решение поставленной проблемы осложняется наличием нескольких видов коммуникации (B2C, C2B, C2C, B2B¹), а так же наличием нескольких коммуникационных этапов, что необходимо учитывать в процессе исследования.

Основная проблема определила следующие задачи исследования: изучить специфику цифровых маркетинговых коммуникаций, выделить ключевые характеристики ожиданий потребителя, оценить фактическое качество коммуникационного процесса и сопоставить его с ожиданиями респондентов. Как компании стали общаться с потребителями в цифровой среде? Как качество этого общения оценивается самими потребителями? Что может оказать влияние на рост удовлетворённости в обществе от данного вида взаимодействия с компаниями? Ответы на эти вопросы позволят описать особенности инфокоммуникационных технологий в цифровом обществе и понять, при каких условиях эта коммуникация является успешной, т. е. определить, идёт ли общество в ногу с бизнес инновациями, помогают ли новые формы общения бизнеса с потребителем повысить отклик от целевой аудитории и её удовлетворённость от взаимодействия с хозяйствующим субъектом [26; 28]. Под цифровыми коммуникациями мы понимаем коммуникационную деятельность организаций с использованием цифровых инструментов для привлечения человека в виртуальную среду.

Методы исследования

Проведённое авторами исследование состояло из нескольких этапов.

¹ B2C от англ. business-to-customer – «компания–потребитель», C2B от англ. customer-to-business – «потребитель–компания», C2C от англ. customer-to-customer – «потребитель–потребитель», B2B от англ. business-to-business – «компания–компания».

На первом этапе проведён теоретический анализ предыдущих исследований, авторы которых изучали инструменты цифровых коммуникаций и их влияние на удовлетворённость потребителей [2; 4; 5; 6; 7; 10; 11; 14; 15; 16; 19; 21; 24; 22; 27]. Были выделены виды и особенности маркетинговых коммуникаций в цифровом пространстве, выявлен наиболее проблемный этап коммуникационного процесса, обоснована важность изучения факторов роста удовлетворённости потребителей на этапе начала С2В-коммуникации. Изучение факторов повышения удовлетворённости клиентов начинается с понимания характеристик продукта, которые важны для потребителя и формируют его ожидания от использования этого продукта, однако не реализуются компанией на ожидаемом уровне. По этим характеристикам реализована количественная оценка ожиданий потребителя и фактически предоставленного качества.

Список характеристик потребительских ожиданий сформирован нами на втором этапе исследования. В качестве метода исследования и сбора информации было использовано интервьюирование, в процессе которого респондентов просили высказать, что они ожидают при обращении в компанию и попадании на автоответчик. Все респонденты являются жителями Нижнего Новгорода. Целью интервью было выделить и структурировать характеристики потребительских ожиданий, по которым далее строилась их количественная оценка.

На третьем этапе было проведено количественное исследование в форме on-line опроса с использованием случайной выборки. В анкете мы использовали шкалированные вопросы, в которых каждую из выделенных характеристик предлагалось оценить по 5-балльной шкале:

– с целью измерения потребительского ожидания в случае попадания на автоответчик при обращении в компанию респондентов просили оценить, в какой степени процесс автоматизированной коммуникации с компанией должен обладать выделенными в результате качественного исследования характеристиками. Оценка проводилась по 5-балльной шкале от 1 до 5, где оценка 1 соответствовала ответу «совершенно не должен обладать», а оценка 5 – «должен обладать в полной мере»;

– с целью измерения фактически предоставленного качества просили указать, в какой степени в процессе последней их коммуникации с компанией они остались довольны присутствием выделенных характеристик. Оценка проводилась по 5-балльной шкале от 1 до 5, где оценка 1 соответствовала ответу «абсолютно недоволен», а оценка 5 – «полностью доволен».

По каждой из характеристик мы рассчитали среднюю оценку потребительских ожиданий и фактического уровня качества и сопоставили их. Характеристики, по которым расчётный уровень ожиданий превзошёл расчётный уровень фактического качества, были приняты нами в качестве факторов роста удовлетворённости потребителя.

Репрезентативный размер выборки составил 236 респондентов исходя из требований к уровню доверительного интервала 95% и принятой точности исследования $\pm 5\%$. В процессе исследования было опрошено 249 респондентов, к анализу принято 237 анкет. В качестве объекта исследования приняты компании телекоммуникационной отрасли. Предмет исследования – удовлетворённость потребителей использованием компаниями автоматизированных коммуникационных инструментов на этапе ожидания потребителя на автоответчике телефонной линии.

Влияние цифровой коммуникации на удовлетворённость потребителей

Понятие «диджитал» является достаточно новым в сфере маркетинговых коммуникаций компаний с домохозяйствующими субъектами. Цифровые коммуникации в бизнесе представляют собой современный способ целенаправленного воздействия на общество и используют всевозможные цифровые каналы взаимодействия с потенциальным и реальным потребителем: смартфон, планшет, компьютер, телевидение и т. д. На сегодняшний день маркетологи рассматривают инструменты цифровых коммуникаций как наиболее действенное средство для решения маркетинговых, рекламных, брендинговых и PR-задач во взаимодействии с домохозяйствами. В дополнении к основным функциям маркетинговых коммуникаций, таким как информационная, напоминающая, убеждающая, имиджевая, созидательная, цифровые маркетинговые коммуникации обладают функцией таргетирования – создания чёткого, индивидуального предложения для определённой группы людей со схожими потребностями. Кроме того, это прагматическая функция (несмотря на то, что социально-информационная навигация перенеслась в область самостоятельной деятельности пользователя и самоорганизующейся культуры его коммуникативного пользования [17]), общение между компанией и потребителем включено в любую деятельность в качестве её элемента. И ещё одной дополнительной функцией является экспрессивная, подразумевающая незамедлительное выражение клиентом оценочной информации [28; 5; 21], – чем больше возможностей предоставляется человеку высказать своё отношение к тому или иному продукту или услуге, тем выше вероятность того, что он проявит свои глубинные ценности и ожидания.

Проводя наше исследование в рамках функций таргетирования, прагматической и экспрессивной, мы не затрагиваем коммуникацию между потребителями (С2С) и между предприятиями (В2В), но наш интерес лежит в области взаимодействия человека и компании.

С2В-коммуникацию инициирует потребитель, объектом является запрос на приобретение продукта, либо решение проблемного вопроса потребителя [2; 7]. Формируя запрос, потребитель использует любой

удобный для него цифровой инструмент взаимодействия с компанией. Обращаясь в компанию с целью приобретения продукта, клиенты, наряду с традиционными телефоном и электронной почтой, всё чаще используют социальные сети и мессенджеры. В этом случае автоматизация становится всё более привычным и востребованным элементом взаимодействия.

Однако в ситуации, когда коммуникация инициируется потребителем для решения возникших у него проблем или вопросов, клиенты хотят перейти от виртуального к «живому» общению. Особенность поведения современного потребителя, являющегося представителем общества потребления, заключается в том, что он не готов и не хочет самостоятельно разбираться в решении своей проблемы. Это подтверждают результаты проведённых исследований [3; 1; 2], согласно которым ожидание потребителя в автоматизированной телефонной линии при обращении в компанию как этап цифрового коммуникационного процесса, характеризуется высоким показателем потребительской неудовлетворённости (77,14% в сегменте 25–35 лет и 58,1% в сегменте 18–25 лет). В этом случае реализация экспрессивной функции цифровых коммуникаций оказывает негативное влияние на имидж предприятия, его конкурентоспособность, уровень продаж. Это находит отражение в специфике цифровых маркетинговых коммуникаций, которая заключается в неоднозначности восприятия коммуникационного процесса потребителем. С одной стороны, виртуальное общение превратилось в норму и как общение между друзьями, и как общение между компанией и клиентами. Однако в условиях, когда клиент обращается в компанию для решения возникшей у него проблемы, коммуникация приобретает проблемный характер. Исходя из всего вышеперечисленного, именно этап ожидания потребителя на автоответчике телефонной линии рассматривается нами как наиболее важный для изучения.

Выделение факторов повышения потребительской удовлетворённости

Потребительские ожидания являются базовым индикатором определения удовлетворённости клиентов. В нашем исследовании мы предприняли попытку выделить ожидания клиентов, которые формируются у них при обращении в компанию и попадании на автоответчик. Прежде всего нас интересовали ответы на такие вопросы, как: «Вы звоните в компанию для решения своей проблемы и попадаете на автоответчик. Опишите, пожалуйста, Вашу оценку последнему совершённом звонку», «Что Вы прежде всего ожидаете, когда обращаетесь в компанию для решения своей проблемы по телефону?», «Какое время Вы имеете в виду, говоря: «Быстро соединиться с оператором?». На основании проведённого интервьюирования, экспертно было выделено 6 характеристик, описывающих ожидания потребителей:

1. Длительность ожидания в телефонной очереди не более 2–3 минут.
2. Соответствие обещанного времени ожидания в телефонной очереди реальному (потребители готовы ждать более 2–3 минут в случае, если время ожидания чётко оговорено).
3. Отсутствие необходимости повторять свою проблему несколько раз разным операторам при переключении от одного к другому.
4. Вежливое общение операторов горячих линий.
5. Решение проблемы клиента в течение суток.
6. Решение проблемы клиента именно по телефону, чтобы не пришлось идти в салон связи и решать проблему там.

Выделенные нами характеристики описывают основные атрибуты, которые должны присутствовать в процессе автоматизированной коммуникации между потребителем и компанией. Неотъемлемой частью цифровой коммуникации является умение сочетать технологии и человеческие ресурсы, соблюдая баланс. Если компания будет использовать только человеческие ресурсы, результаты деятельности станут дорогими. Если же только технологии – компания рискует получить негативную ответную реакцию со стороны потребителя, что является индикатором отсутствия удовлетворённости рынка [15; 7]. Удовлетворённость клиента – это соответствие между его ожиданиями и реальным опытом потребления. Если уровень предоставленного клиенту качества ниже уровня ожиданий, клиент останется неудовлетворённым. Потребительская неудовлетворённость – основная причина того, что называется «разрушением потребителей». Компании ежегодно теряют от 10 до 30% своих клиентов прежде всего из-за несовершенства системы удовлетворения их запросов [8; 13; 20; 26]. Сопоставим количественные оценки потребительских ожиданий с фактическим качеством оказываемой услуги.

Количественные оценки потребительских ожиданий и предоставляемого качества услуги были получены нами в процессе опроса. В качестве гипотезы было принято утверждение о том, что причиной неудовлетворённости потребителей автоответчиками является отсутствие соответствия фактического качества оказания услуг ожиданиям клиентов по характеристике № 1 – «длительность ожидания в телефонной очереди более трёх минут». Проведённое пилотное исследование позволило оценить искомый параметр – 81% рынка имеет максимальное расхождение между ожиданиями и воспринятым качеством именно по этой характеристике.

Результаты количественного исследования представлены в виде таблиц и диаграмм. Интерес представляет сопоставление уровня потребительских ожиданий и восприятия по выявленным в процессе качественного исследования характеристикам (см. рис. 1).



Рис. 1. Количественное распределение ответов респондентов при оценке потребительских ожиданий и реально воспринятого качества

Figure 1. Quantitative distribution of respondents' answers when evaluating consumer expectations and actually perceived quality

В таблице 1 рассчитана разница средних оценок потребительских ожиданий и восприятия.

Таблица 1 (Table 1)

Расчёт разницы средних оценок потребительских ожиданий и восприятия, в баллах
Calculation of the difference in mean values of consumer expectations and perception (points)

Характеристики, выделенные в ходе качественного исследования	Средняя оценка потребительских ожиданий	Средняя оценка воспринятого качества	Разница средних оценок ожиданий и восприятия потребителя
Длительность ожидания в телефонной очереди не более 2–3 минут	4,83	2,75	2,08
Соответствие обещанного времени ожидания реальному	4,94	3,06	1,88
Отсутствие необходимости повторять проблему нескольким операторам	4,5	2,83	1,67
Вежливое общение операторов	4,89	4,33	0,56
Решение проблемы в течение суток	4,67	3,72	0,95
Решение проблемы по телефону	4,61	3,22	1,39

Максимальная разница средних оценок ожиданий и восприятия потребителя (2,08) указывает на основную причину потребительской неудовлетворённости – время, которое должно быть затрачено на ожидание ответа оператора. В этой связи более подробно рассмотрим количественное распределение ответов респондентов при оценке потребительских ожиданий и восприятия затраченного потребителем времени:

– характеристика «длительность ожидания в телефонной очереди не более 2–3 минут» имеет максимальную разницу между высокой средней оценкой ожиданий потребителя (4,83 балла) и самой низкой средней оценкой восприятия (2,75). Количественное распределение ответов респондентов в отношении ожиданий и воспринятого качества представлено на рисунках 2 и 3.

5	83,33
4	16,67
3	—
2	—
1	—

Рис. 2. Количественное распределение ответов респондентов при оценке важности ожидания в телефонной очереди не более 2–3 минут

Figure 2. Quantitative distribution of respondents' answers when rating the importance of waiting time in a telephone call of no more than 2–3 minutes

5	—
4	16,67
3	55,56
2	11,11
1	16,67

Рис. 3. Количественное распределение ответов респондентов при оценке потребительского восприятия длительности ожидания в телефонной очереди

Figure 3. Quantitative distribution of respondents' answers when rating consumer perception of the duration of waiting time in a telephone call

– характеристика «соответствие обещанного времени ожидания в телефонной очереди реальному» имеет вторую по величине разницу средних оценок, при этом демонстрирует наибольшую важность для потребителя (4,94). Визуальное сравнение ожиданий и восприятия потребителей данной характеристики представлено на рисунках 4 и 5.

5	94,44
4	5,56
3	—
2	—
1	—

Рис. 4. Количественное распределение ответов респондентов при оценке важности соответствия обещанного времени ожидания в телефонной очереди реальному

Figure 4. The quantitative distribution of respondents' answers when rating the importance of the promised waiting time in the telephone call matching the actual one

5	16,67
4	16,67
3	44,44
2	—
1	22,22

Рис. 5. Количественное распределение ответов респондентов при оценке потребительского восприятия факта соответствия обещанного времени ожидания в телефонной очереди реальному

Figure 5. Quantitative distribution of respondents' answers when rating consumer perception of the promised waiting time in the telephone call matching the actual one

В результате исследования по всем изучаемым характеристикам нами выявлено превосходство ожиданий над фактическим качеством. Гипотеза исследования отклонена. В основе потребительской неудовлетворённости автоматизированной системой коммуникации с компанией лежит весь набор выделенных в ходе проведения качественного исследования характеристик. Сформируем совокупность факторов, влияющих на рост удовлетворённости потребителей (см. рис. 6).

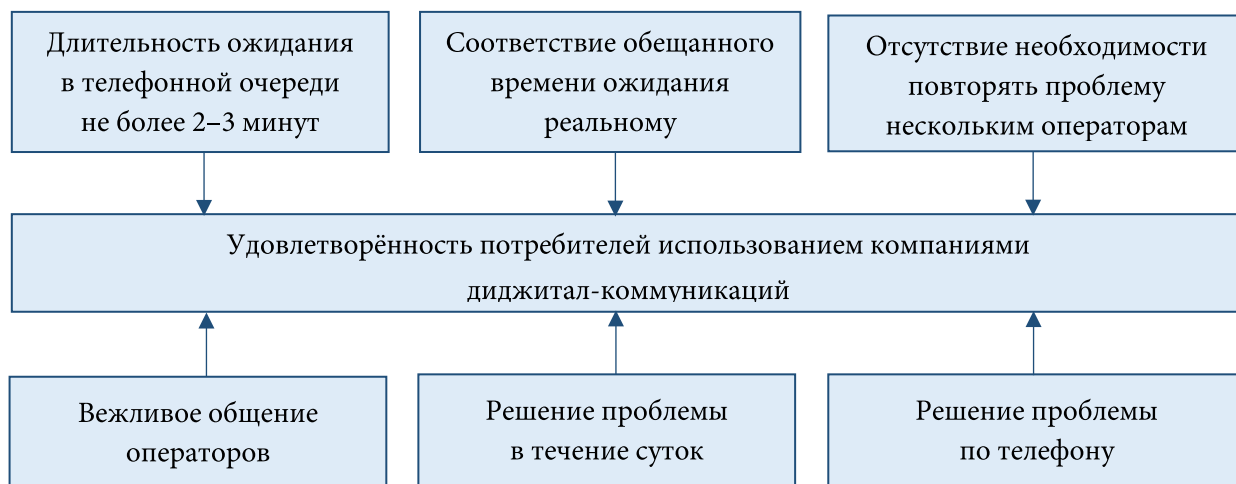


Рис. 6. Структура факторов повышения удовлетворённости потребителей автоматизацией коммуникационного процесса

Figure 6. The factor structure for the increase of consumer satisfaction with the automation of the communication process

Выявленные в ходе исследования факторы, отражённые в схеме выше, лежат в плоскости оперативности и адекватности реагирования со стороны компаний. Данные факторы определяют приоритетные направления трансформации коммуникационных практик современных предприятий и призваны обеспечить повышение удовлетворённости и лояльности потребителей от автоматизированного взаимодействия с хозяйствующим субъектом.

Заключение

Являясь фактором устойчивого экономического роста, создание и развитие эффективных коммуникаций становится одним из основных направлений социально-экономической политики в современном обществе. В сегодняшнем мире виртуальное общение практически является частью жизни человека. В своей практике всё больше российских компаний внедряют автоматизацию в коммуникацию с домохозяйствами, что вызывает неоднозначность восприятия потребителями коммуникационного процесса. Для различных видов коммуникации используются форумы, социальные сети, мессенджеры, автоответчики, чат-боты. В условиях постоянного совершенствования технологий связи и появления нового инструментария коммуникаций создаются новые возможности конкурентной борьбы за привлечение внимания большего количества людей к продуктам и услугам. Их использование становится заманчивым для бизнеса, но компаниям следует учесть, что общество не всегда готово принять инновационные способы взаимодействия. Для компании важно, чтобы потребитель был удовлетворён использованием любого из современных инструментов взаимодействия с ним. Этап С2В-коммуникации, в процессе которой потребитель ожидает соединения с оператором на автоответчике телефонной линии, вызывает негативную ответную реакцию. Это выражается низким уровнем удовлетворённости клиентов. Неудовлетворённые потребители рассказывают о своём отрицательном опыте взаимодействия с компанией другим потенциальным потребителям. С одной стороны, негативная коммуникация в отношении компании способна разрушительно повлиять на имидж предприятия, его конкурентоспособность, уровень продаж. Потеряв одного клиента, компания теряет не единичную продажу, а долгосрочный поток потенциальных заказов [26], поскольку удовлетворённость клиентов – один из фундаментов финансовой прочности бизнеса. С другой стороны, растёт напряжение в общественном сознании по поводу разрыва между ростом уровня диджитализации социально-экономических процессов и ограниченными возможностями пользователей органично встроиться в этот процесс. Именно поэтому важно понимать, что необходимо изменить, чтобы повысить уровень потребительской удовлетворённости и выделить факторы, которые могут привести к её росту.

В ходе проведённого исследования нами выделены и оценены ожидания потребителей от автоматизированной коммуникации с предприятием, произведена оценка потребительского восприятия цифрового коммуникационного процесса, сформирована структура факторов повышения потребительской удовлетворённости, являющаяся основой баланса технологий и человеческих ресурсов предприятия в сложившемся в настоящее время виртуальном информационном пространстве. В этой связи проведённое исследование приобретает особую актуальность, а полученные результаты вносят теоретический и практический вклад в изучение вопросов удовлетворённости потребителей использованием компаниями цифровых коммуникационных инструментов.

Библиографический список

1. Артюшина Е. В. Роль контактного персонала в осуществлении инновационной деятельности диверсифицированных компаний // Менеджмент в России и за рубежом. 2015. № 2. С. 134–140.
2. Артюшина Е. В. Исследование отношения потребителей к созданию автоматизированной системы коммуникации на рынке услуг // Информационное общество. 2019. № 1–2. С. 61–68.
3. Артюшина Е. В., Сучков П. В. Роль доверительных отношений в управлении сотрудниками, работающими с клиентами // Менеджмент в России и за рубежом. 2011. № 3. С. 106–110.
4. Асеева И. А. Готовы ли россияне к новой антропотехнореальности? // Вестник Института социологии. Том 11. № 2. С. 141–156. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2020.11.2.650>
5. Бабиян Н. 11 digital-тенденций, которые господствуют в нашем мире. URL: <https://rb.ru/opinion/digital-tendencii/> (дата обращения 20.03.20)
6. Брун О. Е. Развитие теории социальной сети // Вестник МГИМО Университета. 2011. № 1. С. 236–241.
7. Войткевич А. И., Эль-Смайли Д. П. Роль digital-технологий в продвижении fmcg- брендов // Вестник РУДН. 2016. Серия: Экономика. № 4. С. 99–109.
8. Глушакова Т. Замеры удовлетворённости потребителей и управление предприятием. 2020 // URL: <https://psycho.ru/library/233> (дата обращения: 24.04.20).
9. Гребеник В. В., Воротникова И. В. 2018. Тенденции новых цифровых технологий в развитии современного бизнеса. // Вестник Евразийской науки. 2018. № 3 // URL: <https://esj.today/PDF/42ECVN318.pdf> (дата обращения: 29.06.20).
10. Демидов А. Российский потребитель 2015 // URL: https://www.r-trends.ru/netcat_files/1817_5.pdf; https://cdn2.hubspot.net/hubfs/2405078/cms-pdfs/fileadmin/user_upload/dyna_content/ru/documents/press_releases/2016/gfk_russianconsumer_2015_report.pdf (дата обращения: 24.04.20).
11. Думик Д. Пять самых успешных чат-ботов в бизнесе // URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/characters/2018/03/01/752546-pyat-uspeshnih> (дата обращения 14.05.20).
12. Игуменов В. Война за внимание // РБК. 2018. № 7–8. С. 9.
13. Кампанелла Д. (ред.) Экономика качества. Основные принципы и их применение / Пер с англ. М. Раскина. М.: Стандарты и качество, 2005. 232 с. ISBN 5-94938-025-8
14. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Пер. с англ. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с. ISBN 5-7598-0069-8

15. Клососки С. Разработка digital-стратегии. Инструменты и технологии. 2013 // URL: <https://www.likeni.ru/events/skott-klososki-razrabotka-digital-strategii-noveyshie-instrumenty-i-tekhnologii/> (дата обращения 14.05.20).
16. Кравченко С. А. Социологическая «стрела времени» в XXI веке: инновации в материалах Всемирных социологических конгрессов // Вестник Института социологии. 2018. № 27. С. 84–104. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2018.27.4.540>.
17. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории / под ред. Н. А. Головина; пер. с нем. И. Д. Газиева. СПб.: Наука, 2007. 648 с. ISBN 978-5-02-026871-5
18. Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / Пер. с англ. В. Николаева. М.; Жуковский: КАНОН-пресс-Ц, Кучково поле, 2003. 464 с. ISBN 5-86090-102-X
19. Радаев В. В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ ВШЭ, 2003. 328 с. ISBN 5-7598-0246-1
20. Фасхиев Х. А. Удовлетворённость потребителей и её оценка // Маркетинг в России и за рубежом. Периодическое научное издание. М.: Финпресс, 2010. № 2. С. 39–52.
21. Федюнин Д. В. Современные особенности построения цифровых коммуникаций и их эффективность. 2017 // URL: <https://www.cfin.ru/press/practical/2012-11/05.shtml> (дата обращения 14.05.20).
22. Халл Дж. Новые технологии, на которые стоит обратить внимание маркетологам. 2019 // URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/ad-effectiveness-research/2019-tech-trends/> (дата обращения 20.03.20).
23. Andrejevic M. Big Data, Big Questions| The Big Data Divide. International Journal of Communication, [S.l.], v. 8, p. 17, jun. 2014. ISSN 1932-8036. Available at: <<https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2161>> (date accessed: 25 Feb. 2021).
24. Bolter J. D., Grusin R. Remediation. Understanding New Media. 2000. // URL: http://monoskop.org/images/a/ae/Bolter_Jay_David_Grusin_Richard_Remediation_Understanding_New_Media_low_quality.pdf
25. Emerson R. M. Power-Dependence Relation. American Sociological Review. 1962. Vol. 27. No. 1. P. 31–41.
26. Kotler Ph. T., Armstrong G. Principles of Marketing, 17th Edition. Pearson. 2016. 800 p.
27. Livingstone S. People living in the new media age: rethinking ‘audiences’ and ‘users’. Oxford Internet Institute/ MIT Workshop: New Approaches to Research on the Social Implications of Emerging Technologies, 2005. P. 2–18.
28. Pikton D., Broderick A. Integrated marketing communications. Prentice Hall. 2016. 761 p.: ill + 1 CD ROM

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Артюшина Екатерина Валерьевна, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга, факультета менеджмента, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Нижний Новгород, Россия

Коренькова Марианна Максимовна, старший преподаватель департамента литературы и межкультурной коммуникации, факультета гуманитарных наук Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Нижний Новгород, Россия

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.702

Research on the Factors of Consumer Satisfaction with the Development of Digital Communications: Expectations and Reality

Ekaterina V. Artyushina

National Research University Higher School of Economics, Nizhniy Novgorod, Russia

E-mail: eartyushina@hse.ru

ORCID ID: 0000-0002-1742-0808

Marianna M. Korenkova

National Research University Higher School of Economics, Nizhniy Novgorod, Russia

E-mail: mkorenkova@hse.ru

ORCID ID: 0000-0002-1611-6708

For citation: Artyushina E. V., Korenkova M. M. Research on the factors of consumer satisfaction with the development of digital communications: expectations and reality. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 118–135. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.702

Abstract. The authors of this article proceed from the fact that, as a result of the intensive development of digital technologies, a digital society has formed an understanding of life, in which many habitual social practices have been transformed into digital ones. In particular, digital technologies have contributed to the fact that communication on personal, social and commercial issues has moved to a different, virtual level. However, in a number of areas, digital communication causes problems and communication disruptions. For example, previous studies have highlighted high levels of consumer dissatisfaction with companies using digital communication tools. Especially a lot of criticism is caused by answerphones, recently widely popular and used increasingly by public and commercial institutions. The article examines the new ways companies use to deliver their message to an existing or potential customer, as well as the quality and customer ratings of some of these solutions. In addition, the authors tried to identify factors that influence consumer satisfaction when communicating with companies in the digital environment. The main research methods are analysis of previous projects results, interviews and online survey. The article is based on the results of the research conducted in the city of Nizhny Novgorod. The city residents expectations for the automated communication system used in the modern world between the user and the service provider in case when communication is initiated by the consumer to solve his problems were studied on the example of telecommunications companies. These expectations were divided into six groups, and a comparative quantitative assessment of consumer expectations and the actual quality of communication was made. A low level of satisfaction with new ways of communication between companies and consumers was detected, and factors influencing consumer attitudes were identified. In general, the study showed that the formed factors determine the priority directions of transformation of the communication practices of companies and are the basis for the balance of technologies and human resources at the enterprise.

Key words: digital communications, consumer satisfaction research, communication activities, automation of the communication process, consumer satisfaction, marketing communications

References

1. Artyushina E. V. Rol kontaktnogo personala v osushchestvlenii innovatsionnoi deiatelnosti diversifitsirovannykh kompanii [The role of the contact personnel in implementation of innovative activity of the diversified companies]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom* 2015. No. 2. P. 134–140 (in Russ.)
2. Artyushina E. V. Issledovanie otnosheniia potrebiteley k sozdaniuu avtomatizirovannoy sistemy kommunikatsii na rynke uslug [Research of consumers' attitude to the creation of an automated communication system in the service market]. *Informatsionnoe obshchestvo* 2019. No. 1–2. P.61– 68 (in Russ.).
3. Artyushina E. V., Suchkov P. V. Rol doveritelnykh otnoshenii v upravlenii sotrudnikami rabotaiushchimi s klientami [The role of trust relationships in managing employees who work with clients]. *Menedzhment v Rossii i za rubezhom*. 2011. No. 3. P.106 – 110 (in Russ.)
4. Aseeva I. A. Are the Russian people prepared to enter the new techno-anthropological reality?. *Vestnik instituta sotziologii*. 2020. Vol. 11. No. 2. P. 141–156. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2020.11.2.650> (in Russ.)
5. Babiyan N. 11 digital-tendentsiy, kotorie gospodstvuyut v nashem mire [11 digital trends that dominate our world]. [Online edition RB.RU]. 2017. Accessed: 20.03.2020. URL: <https://rb.ru/opinion/digital-tendencii/> (In Russ.)
6. Brun O. E. 2011. “Razvitie teorii sotsialnoy sety” [Social network theory development]. *Vestnik MGIMO Universiteta*. 2011. No. 1. P. 236–241. (In Russ.)
7. Vojtkovich A. I., El'-Smajli D. P. Rol' digital-tekhnologij v prodvizhenii fmcg- brendov [The role of digital technologies in promoting fmcg brands]. *Vestnik RUDN. Seriya: Ekonomika*. 2016. No. 4. P. 99–109 (in Russ.)
8. Glushakova T. Zamery udovletvorionnosti potrebiteley I upravlenie predpriyatiem [Customer satisfaction measurements and enterprise management]. [Marketing magazine 4p.ru]. 2020. Accessed: 24.04.2020. URL: <https://psycho.ru/library/233> (In Russ.)
9. Grebenik V. V., Vorotnikova I. V. Trndentsii novich tsifrovich tehnologiy v razvitii sovremennogo bisnesa [Tendencies of new digital technologies in the development of modern Business]. *Vestnik Evraziyskoy nauki*. 2018. No. 3. Accessed: 29.06.2020 <https://esj.today/PDF/42ECVN318.pdf> (In Russ.)
10. Demidov A. Rossiyskiy potrebitel [Russian consumer]. [GfK Group]. 2015. Accessed: 24.04.2020. URL: https://www.gfk.com/fileadmin/user_upload/dyna_content/RU/Documents/Press_Releases/2016/GfK_RussianConsumer. (In Russ.)
11. Dumik D. Pyat' samykh uspeshnykh chat-botov v biznese [Five of the most successful chatbots in business]. [Vedomosti.ru]. 2018. Accessed: 14.05.2020. URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/characters/2018/03/01/752546-pyat-uspeshnih> (In Russ.)
12. Igumenov V. Voyna za vnimaniye [The war for attention]. *RBK*. 2018. No. 7. P. 8–9 (in Russ.)
13. Campanella G. Economics of quality. Basic principles and their application. Transl. from Eng. by M. Raskina. Moscow: Standarty i kachestvo. 2005. 232 p. (in Russ.).
14. Castells M. Information Age: Economy, Society and Culture. Transl. from Eng. by O. I. Shkaratan. Moscow: SI HSE, 2000. 608 p. (in Russ.).
15. Klososki S. Razrabotka digital-strategii. Instrumenty i tekhnologii [Developing a digital strategy. Tools and technologies]. Website Likeni.ru. 2013. Accessed: 14.05.2020 URL: <https://www.likeni.ru/events/skott-klososki-razrabotka-digital-strategii-noveyshie-instrumenty-i-tekhnologii/> (In Russ.)
16. Kravchenko S. A. The sociological “arrow of time” in the XXI century: innovations in materials from Global sociology conventions. *Vestnik instituta sotziologii*. 2018. Vol. 9. No. 4. P. 84–104 DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2018.27.4.540> (In Russ.)
17. Luman N. Social'nye sistemy. Ocherk obshchey teorii. [Luhmann Niklas Soziale systeme. Grundriss einer allgemeinen theorie. Transl. from German by I. D. Gazieva]. Sankt Peterburg: Nauka. 2007. 648 p. (In Russ.)
18. McLuhan M. Understanding Media: the External extensions of a person / Transl. from Eng. V. Nikolaeva. Moscow: Zhukovskiy: Kanonpress, Kuchkovo pole. 2003. 464 p. (In Russ.)

19. Radaev V. V. *Sociologiya rynkov: k formirovaniyu novogo napravleniya* [Sociology of markets: towards the formation of a new direction]. Moscow: GU HSE, 2003. 328 p. (In Russ.)
20. Faskhiev KH.A. *Udovletvoriennost potrebitel'ey i ejo otsenka* [Customer satisfaction and its assessment]. *Marketing v Rossii i za rubezhom*. 2010; No. 2. P. 39–52. (in Russ.)
21. Fediunin D. V. *Sovremennye osobennosti postroeniya cifrovyykh kommunikatsiy i ikh effektivnost* [Modern features of building digital communications and their effectiveness]. *Prakticheskiy Marketing*. 2017. No. 11. Accessed: 14.05.2020. URL: <https://www.cfin.ru/press/practical/2012-11/05.shtml>. (In Russ.)
22. Hull J. *Novie technologii, na kotorye stoit obratit vnimanie marketologam* [New technologies that marketers should pay attention to]. Web site Thinkwithgoogle.com. 2019. Accessed: 20.03.2020. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/ru-ru/insights-trends/ad-effectiveness-research/2019-tech-trends>. (In Russ.)
23. Andrejevic Mark. *Big Data, Big Questions. The Big Data Divide. International Journal of Communication*. 2014. No. 8. P. 17. Accessed: 25.02.2021 URL: <https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/2161>.
24. Bolter J. D., Grusin R. *Remidiation. Understandig New Media*. 2000. Accessed: 25.02.2021. URL: http://monoskop.org/images/a/ae/Bolter_Jay_David_Grusin_Richard_Remediation_Understanding_New_Media_low_quality.pdf
25. Emerson R. M. *Power-Dependence Relation. American Sociological Review*. 1962. Vol. 27. No. 1. P. 31–41.
26. Kotler Ph. T., Armstrong G. *Principles of Marketing*. 17th Edition. Pearson. 2016. 800 p.
27. Livingstone S. *People living in the new media age: rethinking 'audiences' and 'users'*. Oxford Internet Institute/ MIT Workshop: *New Approaches to Research on the Social Implications of Emerging Technologies*. 2005. P. 2–18.
28. Pikton D., Broderick A. *Integrated marketing communications*. Prentice Hall. 2016. 761p.

The article was submitted on: February 25.2021

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Ekaterina V. Artyushina, candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Marketing, The Faculty of Management, National Research University Higher School of Economics, Nizhniy Novgorod, Russia

Marianna M. Korenkova, Senior Lecturer, the Department of Literature and Cross-cultural Communication, National Research University Higher School of Economics, Nizhniy Novgorod, Russia

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ «ЦИФРОВОЙ ЭКСПАНСИИ»

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.703

Социальные парадоксы коммуникации в постконфликтных обществах

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-31565 «Социологическое измерение межнационального и межрелигиозного согласия в Республике Крым и Севастополе при использовании полумарковских процессов и агентного моделирования»

Ссылка для цитирования: Ярмак О. В., Большакова М. Г., Шкайдерова Т. В., Маранчак А. Г. Социальные парадоксы коммуникации в постконфликтных обществах // Вестник Института социологии. 2021. Том 12. № 1. С. 136–152. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.703.

For citation: Yarmak O. V., Bolshakova M. G., Shkayderova T. V., Maranchak A. G. Social communication paradoxes in post-conflict societies. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 136–152. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.703



**Ярмак
Ольга Валерьевна¹**

¹ Севастопольский государственный университет,
Севастополь, Россия

sociocentre@sevsu.ru

AuthorID РИНЦ: 862892

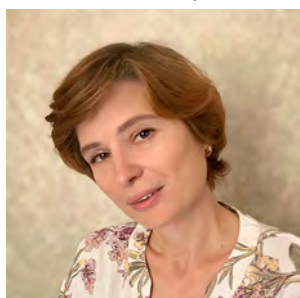


**Большакова
Мария Геннадьевна¹**

¹ Севастопольский государственный университет,
Севастополь, Россия

marie-mary@yandex.ru

AuthorID РИНЦ: 780756



**Шкайдерова
Татьяна Викторовна¹**

¹ Севастопольский государственный университет,
Севастополь, Россия

romy@mail.ru

AuthorID РИНЦ: 782094



**Маранчак
Анастасия Геннадиевна^{1,2}**

¹ Севастопольский государственный университет,
Севастополь, Россия

² Институт общественных наук и международных отношений,
Севастополь, Россия

amaranchak@yandex.ru

AuthorID РИНЦ: 1078016

Аннотация. Актуальность исследования постконфликтных обществ продиктована тем, что в цифровую эпоху эффективное силовое решение должно подкрепляться участием в формировании информационной повестки и управлением информационными потоками. Кейсы цветных революций позволяют говорить о коммуникации как о факторе формирования неконвенциональных социальных установок.

Результаты социальной медиааналитики информационных потоков на Украине и на территории Крыма, осуществлённой авторами, показали, что на кризисных условиях в социуме формируются коммуникативные сети, которые создаются с использованием и благодаря внешнему влиянию. Информационные потоки постконфликтного общества формируются не только из реальных событий повседневности и существующей социально-политической ситуации, а ориентируясь на ряд тематик и дискурсов, которые должны присутствовать в медийном поле в обязательном порядке. Они выступают информационными триггерами, системными пусковыми элементами, формирующими различное протекание потоков, которые были дифференцированы авторами как одно- и мультиволновые.

Анализ выявленных потоков, представляющих коммуникативные сетевые конструкции, свидетельствует о различном генезисе их возникновения и функционирования, но определяющим в этом процессе является геополитический запрос на формирование медиатреков. Информационные потоки постконфликтных обществ выступают коммуникативно-политическими структурами, имеющими двойную природу: изначально несут идеи открытого и демократического общества, но затем формируют конфликтные ситуации в гражданском и медийном полях.

Ключевые слова: социальные медиа, большие данные, информационный поток, Республика Крым, Украина

Сегодня существует чёткое убеждение, что отношения власти и общества во многом зависят от коммуникаций. Мировое сообщество уже неоднократно наблюдало за тем, как коммуникации способствовали смене власти в странах, создавая общественные движения с помощью социальных медиа и в целом изменяли их коммуникационное пространство. Социолог М. Кастельс считает, что данный процесс обусловлен тем, что, с одной стороны, условия жизни населения в определённой стране постепенно ухудшаются, с другой – присутствует политическая халатность, которая приводит к социальному отчаянию, требующему эмоционального выхода. Такой эмоциональный выход зачастую осуществляется через коммуникации и систему информационных потоков. Но остаётся вопрос об инфраструктуре этих потоков, их контенте и приёмах распространения.

Современные политические оппозиционные движения не просто пользуются социальными сетями и коммуникациями, без которых этих движений не существовало бы в принципе: они рождаются из интернета, распространяются через социальные сети и только потом – охватывают всё общество и формируют общественное мнение. Но если в основе подобных движений лежит сеть, она должна иметь центр, чёткое распределение функций, структуру и систему управления. Основной особенностью таких сетей является открытость и отсутствие формальных

границ, и, соответственно, возможность участия в них широких масс населения. То есть, социально-коммуникационные сети, по мнению М. Кастельса, формируют пространство автономии, которое рождается из взаимодействия киберпространства и реальной жизни, обладает способностью к самоорганизации, являясь трансформационной силой для традиционных политических и социальных институтов общества [2].

Возвращаемся к генезису и инфраструктуре описанных коммуникационно-политических сетей. Зачастую исследователи не наблюдают спонтанности их возникновения и хаотичности распространения информационных потоков. Социальными триггерами и спусковыми механизмами обычно выступают физические лица, реагируя на какое-то конкретное событие; затем происходит стремительный информационный всплеск, и эти триггеры охватывают всё медийное пространство, тем самым формируя медиаповестку и общественное мнение. Таким образом, можно говорить о наличии вирусного характера распространения информационных потоков, усиленных цифровыми коммуникациями, позволяющих распространять смысловые конструкции политических оппозиционных движений уже на всё общество.

Описывая процессы построения современных коммуникационных сетевых конструкций, авторы попытались проанализировать генезис формирования информационных потоков, их контента, веса и структуры в постконфликтных обществах, находящихся в ситуации культурных и социальных трансформаций.

Существенная исследовательская проблема заключается том, что изначально возникающие коммуникационно-политические структуры, выступающие за открытые и демократические идеи, приводят в конечном итоге к возникновению локальных гражданских конфликтов и несут серьёзные геополитические последствия для конкретных стран.

Актуальность исследования процессов реинтеграции обществ, находящихся в постконфликтном состоянии, продиктована активной вовлечённостью современной России в процессы обеспечения международной безопасности на постсоветском пространстве. Кроме того, в цифровую эпоху эффективное силовое решение должно подкрепляться участием в формировании информационной повестки и управлением информационными потоками в условиях идеологического противостояния основных мировых акторов.

Глобальный контекст исследований коммуникационных сетей связан с трендом расширения национальных интернет-аудиторий, усилением влияния информационных технологий на политические процессы, изменением функциональности политических институтов, трансформацией форм политического участия и политического поведения.

Кейсы цветных революций – Арабской весны, массовых политических протестов на постсоветском пространстве в Молдове, Армении, Казахстане, Республике Беларусь, на Украине – позволяют говорить

о коммуникации как о факторе формирования неконвенциональных протестных установок и тиражирования экстремистских стратегий поведения.

Наиболее масштабно и результативно применяется формирование описанных коммуникационных сетей, в частности, на Украине и на территории Крыма. Среди применяемых технологий при их формировании можно отметить в первую очередь целенаправленное создание активно-нигилистических информационных потоков; формирование сети онлайн-сообществ, занимающихся созданием «образа врага»; распространение идей и смыслов, направленных на формирование антироссийских установок.

В рамках авторского исследования уделяется внимание именно таким технологиям в области межнациональных и межконфессиональных коммуникаций на Крымском полуострове, в частности – выявлению структурных и параметрических особенностей межнациональных и межконфессиональных коммуникаций в этнических группах, проживающих в Крыму. Новизна исследовательского кейса анализа процесса формирования межнациональных и межконфессиональных коммуникаций на Крымском полуострове связана с осуществлением поиска интеграционных критериев, способствующих созданию общих культурных кодов, условий для достижения межнационального и межконфессионального диалога на полуострове, смысловых конструкций, объединяющих интернет-аудиторию полуострова в сфере этнического и религиозного дискурсов.

Теоретическая основа исследования

Анализируя коммуникационные сети и формируемые ими информационные потоки, авторы обращаются к сетевым теориям, методология которых была заложена М. Грановеттером [7], П. Лазарсфельдом, Я. Морено. Важны в рамках нашего кейс-стади идеи Э. Тоффлера об информационно-коммуникационных технологиях как о факторе социальных изменений, которые создают коллективные действия политического характера и формируют новые ценностно-смысловые ориентиры [5].

Идеи одного из крупнейших социологов современности и исследователя коммуникаций М. Кастельса, изучающего сетевые общества, актуальны для нашего анализа в ракурсе рассмотрения современного политического процесса, существующего посредством социальных медиа, в частности, анализа коммуникативных сетей, формируемых в контексте антироссийского дискурса [2; 3].

Обращаемся к теории медиакратии как следствию феномена культуры коммуникационного изобилия, которое формирует политические идеи, в частности, о цифровой демократии, сетевом обществе, кибергражданах и википравительстве [11]. Согласно размышлениям М. Маклюэна, коммуникации, с одной стороны, предоставляют

гражданам возможность включения своих вопросов в общественную повестку и участия в политической и гражданской дискуссиях, а с другой – выступают «связанным» и контролируемым цифровым миром: «Каждое новое средство коммуникации обычно «очаровывает» своих пользователей, в действительности «навязывая свои предпосылки, убеждения и ценности» [9]. Анализ феномена коммуникативного изобилия предоставляет возможность изучения влияния на государственные институты старой представительной демократии и формирования сетевых обществ с медиаконструкциями, имеющими вирусный характер.

Для нашего исследования значимы тезисы о новых проявлениях коммуникационного изобилия: наличие у всех граждан равных прав в выражении своего мнения; разрыв социальных связей между правительством, бизнесом и гражданским обществом [4]. «Закон» Маклюэна, что инструменты коммуникации связывают своих пользователей заранее установленными паттернами, приводит к пониманию медиакратии как новой формы политической олигархии, которая опирается на медиа и коммуникации [9]. Этот новый метод управления обществом за счёт невидимых сетей коммуникации и закрытых информационных каналов позволяет понять медийные алгоритмы общества, находящегося в ситуации культурного и социального кризиса [10].

Отдельный исследовательский интерес для нас представляют кейсы моделей влияния в социальных сетях российских учёных Д. А. Губанова, Д. А. Новикова, А. Г. Чхартишвили [1]; моделирование распространения информации в социальных сетях, осуществлённое американскими исследователями Хайян Ван, Фэн Ван, Куай Сюй [12], Веса Куикка [8], Стивена Боргатти, Мартина Эверетта [6]. Данные исследования являются междисциплинарными (на стыке математики, анализа социальных сетей и науки о данных) и представляют новый подход к анализу коммуникации и распространения информации в социальных сетях с использованием динамического моделирования и дифференциальных уравнений. Этот исследовательский подход в целом меняет парадигму моделирования распространения информации в социальных сетях и закладывает теоретическую основу для решения проблем пространственно-временного моделирования в эпоху больших данных, позволяет нам осуществить классификацию информационных потоков, поиск сообществ (кластеров) онлайн-пользователей.

Характеристика исследования

Междисциплинарный подход в изучении коммуникации и информационных потоков даёт возможность анализа социальных медиа, поиска скрытых закономерностей в коммуникационных сетях, синтеза имитационных моделей информационного влияния и управления, использования интеллектуальной системы анализа социальных медиа. Используемыми

инструментами социологического анализа коммуникации являются интеллектуальный анализ big data, анализ социальных сетей с поиском агентов влияния, определения тональности контента, его кластеризация.

Исследование построено на сочетании методов, относящихся к количественной (киберметрия информационных потоков в социальных медиа) и качественной (дискурс- и контент-анализ социально-медийных сообщений) стратегиям прикладного анализа. В основе дизайна исследования лежит социальная медиааналитика (social media analytics), осуществлённая посредством выгрузки и анализа сообщений социальных медиа с использованием российской системы мониторинга анализа социальных сетей «Медialogия». Social big data позволяют анализировать социально-политические реакции на события в социальных медиа и рассматривать их как социальное явление нового типа, дающее возможность видеть социальное взаимодействие, обеспечиваемое коммуникацией.

Использование онлайн-сервиса мониторинга социальных медиа «Медialogия» позволило аккумулировать порядка 800 тыс. информационных документов (сообщений, комментариев) из социальных сетей, форумов, блогов, мессенджеров и определить параметры информационного потока: его вес, динамику, социально-демографические характеристики авторов потока, их геолокацию, тональность интернет-контента.

Реализованные кейсы анализа политико-коммуникативных сетей, создающих политическую протестность и нигилизм, актуализируют социально-медийный анализ коммуникаций как среды формирования неконвенциональных социальных установок, разрушающих традиционные политические и социальные структуры. Наиболее масштабно и результативно такие политико-коммуникационные сети формируются в коммуникативном пространстве и Украины, и Крыма. Наш исследовательский интерес к украинскому и крымскому кейсам обусловлен степенью конфликтности и неоднозначности информационной оценки влияния событий на российскую тематику, и, как следствие, формированием неоднозначных информационных потоков украинского сегмента интернета, транслируемых, в том числе, и на Крым.

Исследование состояло из двух этапов. На первом были проанализированы два временных периода – политический кризис на Украине, связанный с президентской кампанией марта 2019 г., и кризис первой волны пандемии Covid 19 в марте 2020 г. На втором этапе авторами был осуществлён анализ медиа-ресурсов, ориентированных на крымский межэтнический дискурс в российских, крымских и украинских интернет-медиа в течении 2019–20 гг. Контент-анализ текстов интернет-ресурсов позволил сформировать 4 информационных потока межнационального медиадискурса, формируемого на полуострове как региональными, федеральными, так и внешними, в том числе украинскими, акторами.

1. Поток, формирующий негативные установки на состоявшийся Крымский референдум с условным названием ««Нелегитимность» Крымского референдума» (поток с наибольшим объёмом – 314820 сообщения).

2. Поток «внешний фактор», связанный с международным давлением на Крым (188392 сообщения).

3. Поток, нацеленный на образование межнационального согласия и единства в Крыму, – «межнациональное единство» (117011 сообщений).

4. Поток, создающий негативные неконвенциональные установки в межнациональных коммуникациях внутри полуострова, с условным названием «Крым – территория межнационального конфликта» (88499 сообщения).

Вся совокупность полученных больших социологических данных и результаты мониторинга социальных сетей позволили сформировать базу для объективного определения вида закономерностей и причинно-следственных связей в понимании системы межнациональных коммуникаций в условиях цифровой и реальной сред, включая группы риска.

Анализ украинских информационных потоков

Одним из результатов исследования стал анализ динамики в информационных потоках Украины российско-украинского дискурса, выявляющего агентов консолидации и дезинтеграции интернет-аудитории украинского постконфликтного общества. Для анализа были отобраны медиаповоды на российскую тематику, присутствующие в украинской медийной повестке, определены информационные поводы, получившие максимальную популярность в медиaprостранстве Украины за исследуемые периоды – март 2019 г. и март 2020 г. Дискурс-анализ медиаповестки двух исследуемых периодов позволил сформировать тренды украинского информационного пространства (см. рис. 1).

Оказалось, что несмотря на различный социально-политический фон в обществе, медийная повестка содержит одни и те же информационные поводы. Отсюда был сделан предварительный вывод, что медиаповестка постконфликтного общества является искусственно формируемой, с использованием внешних факторов и некой медиаматрицы.

Следующим шагом нашего анализа было определение веса информационных потоков, формируемых медиаповесткой постконфликтного общества. Наиболее объёмными и весомыми потоками оказались два: первый ориентирован на крымский дискурс, второй – на дискурс гражданского конфликта на Донбассе (см. рис. 2).

Глубокий анализ двух основных выявленных потоков показал наличие в них различных типов волн. Выделение классификации информационных потоков позволило говорить о потоках двух типов: мультиволновых, протекающих по схеме «событие – информационный шум – информационный спад – информационный шум – информационный спад»; и одноволновых, которые существуют по модели «событие – информационный шум – информационный спад» (см. рис. 3.1, 3.2.).

Медиаповестка периода политического кризиса –
предвыборной компании 2019 года:

- Санкции против России
- Армия РФ, вооружения
- Нормандская четверка
- Донбасс
- Воссоединение Крыма и России
- Выборы в Крыму
- Конфликт Украины и РФ в Черном море
- Электроснабжение Крыма
- Аресты экстремистских групп в Крыму
- Падение Боинга 777
- Процессы в СНГ и мире
- Газовый вопрос
- Разрыв договора о дружбе и сотрудничестве между РФ и Украиной
- Общеукраинский дискурс
(языковой вопрос, звезды шоу-бизнеса, вооружение)
- Президентские выборы-2019

Медиаповестка периода первой эпидемии волны Covid-19:

- Санкции против России
- Крымский мост
- Крымские татары
- Переговорный процесс по Донбасу
- Падение Боинга 777
- Армия РФ, вооружения
- Убийство в Москве украинских шахматистов
- Нефтяной кризис
- Евровидение 2020
- Коронавирус
- Российско-украинская граница

Рис. 1. Основные тренды украинской медиаповестки марта 2019 и марта 2020 гг.

*Figure 1. The main trends of the Ukrainian media agenda
for March 2019 and March 2020*

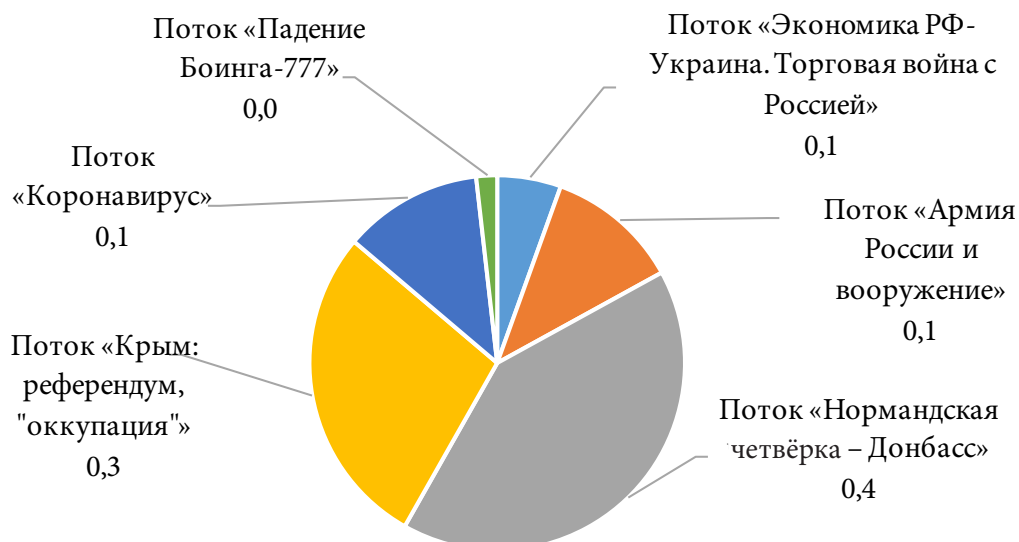


Рис. 2. Вес информационных потоков украинского интернет-пространства

Figure 2. Weight of information flows of the Ukrainian Internet space

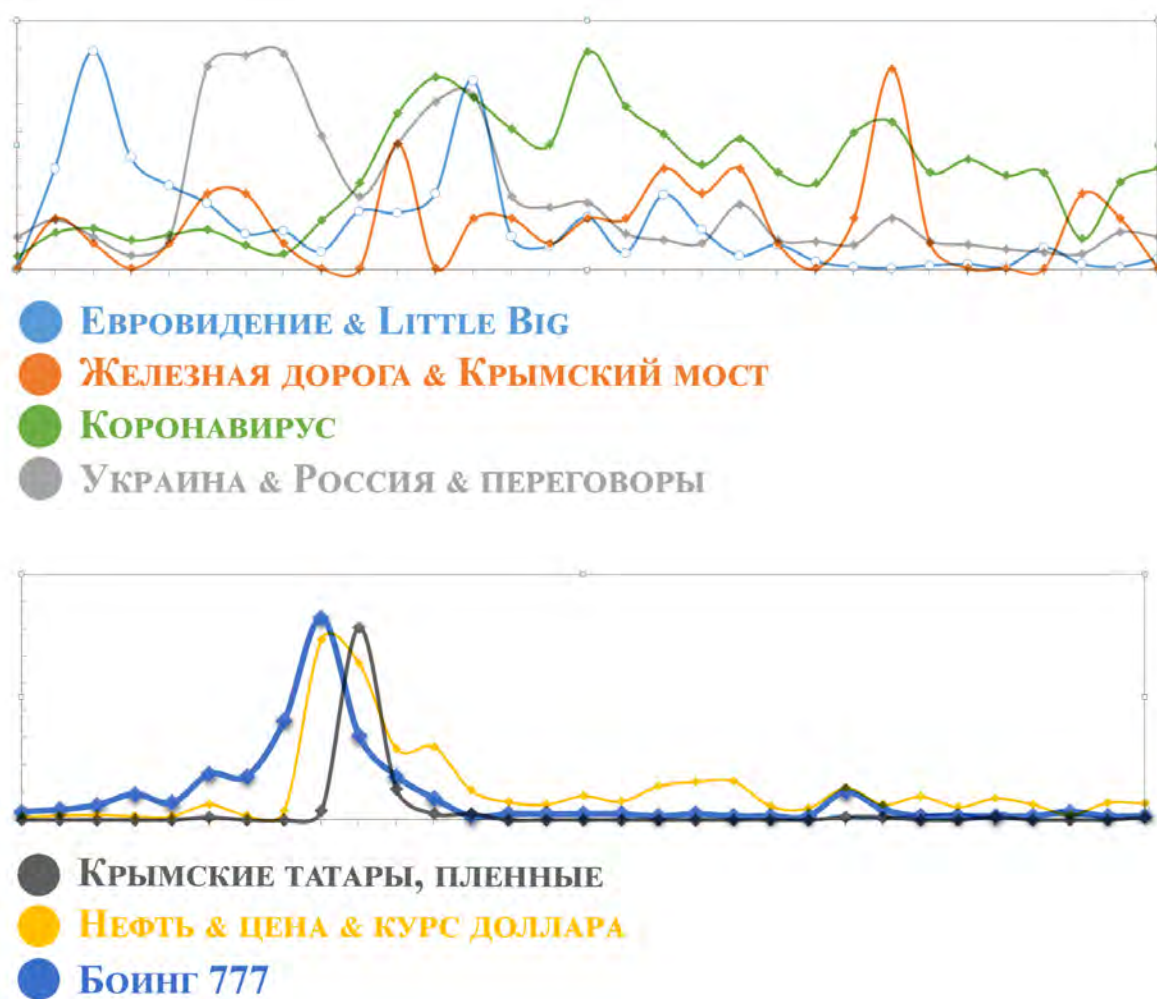


Рис. 3.1 и 3.2. Динамика информационных потоков разных типов

Figure 3.1 & 3.2. Dynamics of different types of information flows

Изучение внутренней структуры потоков двух типов подтвердило их различный генезис: один сформирован агентами, функционирующими в сетевых ресурсах, другой – агентами, присутствующими в региональном медиапространстве (см. рис. 4.1, 4.2 и 5.1, 5.2).

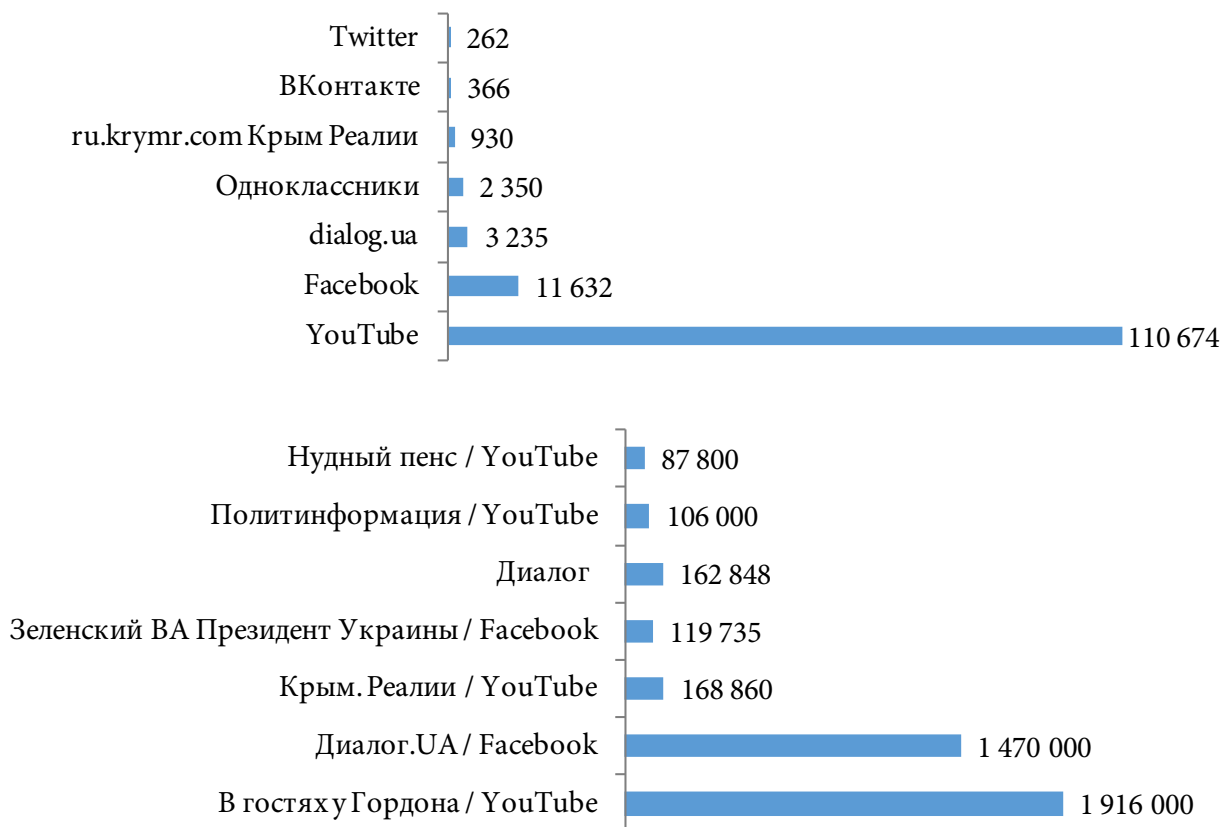


Рис. 4.1 и 4.2. Инфраструктура информационного потока (крымский дискурс)
 Figure 4.1 & 4.2. Information flow infrastructure (Crimean discourse)

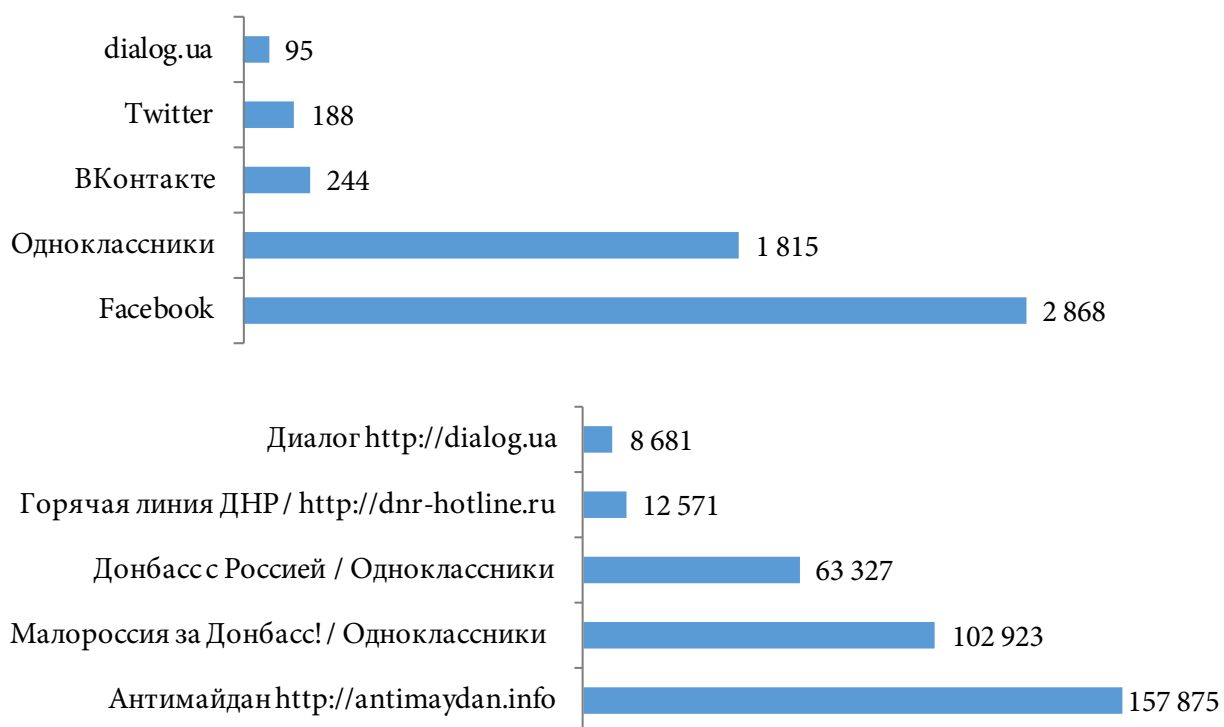


Рис. 5.1 и 5.2. Инфраструктура информационного потока
 (дискурс гражданского конфликта на Донбассе)
 Figure 5.1 & 5.2. Information flow infrastructure
 (discourse of civil conflict in Donbass)

Почему были обнаружены такие различия в генезисе и инфраструктуре потоков? С одной стороны, оба информационных потока обладают неоднозначностью и конфликтностью; с другой стороны, первый (крымский) можно охарактеризовать как открытый, с наличием сетевых акторов, второй (донецкий) – как региональный, закрытый, без присутствия украинских акторов.

Авторы объясняют зафиксированные тенденции геополитическими закономерностями формирования медийной повестки на Украине. Крымский дискурс в большей степени присутствует в международном поле по причине неодобряемого международным сообществом Крымского референдума, воссоединения Крыма с Россией, введения санкций как на территории полуострова, так и в отношении России в целом. Донецкий дискурс функционирует, скорее, в украинском медиапространстве. Хотя, судя по выявленным объектам структуры потока по Донбассу, можно предположить, что существует два информационных потока с донбасским кейсом: внутренний украинский и внутридонецкий. Результаты, полученные нами, скорее отражают внутридонецкий информационный поток.

Анализ крымского медиадискурса

В информационном потоке «Нелегитимность» Крымского референдума» представлено несколько тематических массивов: непризнание представителями крымскотатарской группы легитимности Крымского референдума; «нарушение прав человека» в Крыму Россией, которую представляют в виде врага и «агрессора»; деятельность меджлиса (запрещённого в РФ) и его лидера Р. Чубарова. Поток формируется площадками как с российской геолокацией с аудиторией порядка 2 млрд пользователей, так и из США (26,5 млн), Канады (3,6 млн), Литвы (615 тыс.), Украины (350 тыс.) в основном на социальных площадках ВКонтакте (32%), Facebook (24%), Одноклассники (17%) и Instagram (11%). Данный поток поддерживается внешними акторами, что подтверждается значительным присутствием в нём украинских групп – от сетевых (1k.com.ua, Крым Реалии) до региональных (Чонгар–Чаплынка–Каланчак). Авторы этого потока разновозрастные и высокообразованные (с высшим образованием более 70%), с геолокацией в России и на Украине.

Информационный поток «Внешний фактор» сконцентрировал все дискурсы, связанные с влиянием на жизнедеятельность Крымского полуострова как государств (США, Турции, Украины), так и международных организаций (ООН и ЮНЕСКО). Основная аудитория потока из России (порядка 1 млрд пользователей), Украины (около 177 млн), США (10 млн), Республики Беларусь (7 млн), Эстонии (5,4 млн), Испании (4,7 млн), Турции (4,3 млн), Германии (2,7 млн). Основными медиаплощадками потока являются ВКонтакте (32%), Facebook (23%), Одноклассники (16,5%) и Instagram (9%). Медиаповестка внешнего давления на полуостров в основном формируется посредством сетевых ресурсов.

Авторы, формирующие данный поток, – в основном люди зрелого возраста (40–60 лет – 39%, старше 60 лет – 30%), большей частью женщины (66%), с высшим образованием (70%), с небольшими личными аудиториями (у 30% – менее 100 подписчиков, у 38% – от 100 до 500 человек), что свидетельствует о том, что это, скорее всего, средний корреспондентский состав СМИ и интернет-ресурсов, выполняющих текущую и системную журналистскую работу.

Информационный поток «Межнациональное единство» представляет медиаповоды, транслируемые крымскими и федеральными ресурсами, направленные на смягчение социокультурных и экономических последствий депортации крымских татар, единство основных этнических групп на полуострове, формирование установки о Крыме как о территории межнационального согласия, описание социальных и экономических возможностей для представителей различных этнических групп, в том числе и для крымских татар. Этот российско-украинский поток базируется в ВКонтakte, сетях Facebook и Одноклассники.

Информационный поток «Крым – территория межнационального конфликта» сформирован новыми дискурсами, рассматривающими отношения между этническими группами, проживающими на полуострове – крымскими татарами и русскими, крымскими татарами и чеченцами, армянами и азербайджанцами, особенно на фоне Карабахского конфликта 2020 г. В основном этот поток российский с аудиторией около 1 млрд пользователей социальных сетей ВКонтakte и Facebook, что говорит о доминировании в нём внутренней российской медиаповестки.

Социально-демографические характеристики авторов потоков о межнациональной консолидации и конфликтности похожи: в возрастном отношении это либо молодые авторы (25–39 лет – 25%), либо зрелые (40–60 лет – 38%, старше 60 лет – 31%), имеющие средние размеры своих аудиторий – в основном от 5000 человек.

Заключение

Осуществлённая социальная медиааналитика информационных потоков постконфликтных обществ на примере Украины и Крыма показала, что в кризисных условиях в социуме формируются коммуникативные сети, которые создаются зачастую с использованием и благодаря внешнему влиянию (внешнему фактору, акторам, субъектам, требованиям международного социально-медийного фона).

Дискурсивный анализ информационной повестки Украины показывает некую медийную матрицу с системными, постоянно присутствующими информационными поводами. Несмотря на то, что основные события в исследуемых периодах касались предвыборной кампании и протекания первой волны пандемии Covid 19, дифференциация информационных потоков подтвердила высказанный тезис о системности работы внешних информационных акторов в украинском медиаполе, что доказывает обладание максимальным весом двух: 1) связанного с дискур-

сом гражданского конфликта на Донбассе и переговорным процессом внутри Нормандской четвёрки, и 2) ориентированного на крымские события, Крымский референдум, обсуждение сегодняшних условий жизни людей на Крымском полуострове.

Итак, можно говорить о наличии неких информационных организационных структур, формируемых по принципу пространства автономии в дефиниции М. Кастельса, которые являются трансформационной силой с трансляцией необходимых медиасообщений, ориентированных на определённую аудиторию. Таким образом, информационные потоки постконфликтного общества формируются не только из реальных событий повседневности и существующей социально-политической ситуации, но и ориентируясь на ряд тематик и дискурсов, которые должны присутствовать в обязательном порядке в медийном поле. Они выступают информационными триггерами, системными пусковыми элементами, формирующими различное протекание информации, которые были дифференцированы как одно- и мультиволновые информационные потоки. Что касается так называемых «обязательных» медиаповодов, то они (в силу своей искусственности и неестественности для общественного мнения) носят скорее одноволновой характер, несистемно охватывая медиaprостранство и недостаточно эффективно воздействуя на общественное мнение.

Анализ выявленных потоков украинского медиaprостранства, представляющих коммуникативные сетевые конструкции, свидетельствует о различном генезисе их возникновения и функционирования, но определяющим в этом процессе является запрос внешних игроков – США и Евросоюза – на формирование медиатреков. Интересным моментом является то, что поток, отражающий непосредственный гражданский конфликт, конфликтен и дезинтегрирован в своей основе. Это говорит о том, что современные информационные потоки конфликтных и постконфликтных обществ выступают коммуникативно-политическими структурами, в понятии М. Кастельса, имеющими двойную природу: изначально несут идеи открытого и демократического общества, затем – формируют конфликтные ситуации в гражданском и медийном полях.

Ситуации в странах, где произошли цветные революции, в основе которых лежало стремление к построению демократического и открытого общества, ухода от тоталитарных устоев, характеризуются совершенно обратным результатом. Новые средства коммуникации позволили сформировать «гибридные» медиа, транслирующие демократические политические идеи, которые, по выражению М. Маклюэна, «очаровывают» своих пользователей, а в действительности навязывают им свои убеждения и ценности, формируя тот тип мышления и формат идей, которые необходимы новым – пришедшим с помощью революционного насилия – коммуникативно-политическим структурам [9]. При этом само понятие «демократический», в основе которого изначально лежали идеи коллективного дискурса, равного участия, открытого принятия политических решений, теряет свою истинную сущность и сегодня при-

обретает вольную трактовку, в зависимости от интересов конкретных политических акторов. Такая ситуация формирует недемократические общества с двойными политическими стандартами, экономическими ограничениями, санкционностью в широком смысле – от политической и экономической до социокультурной и исторической, уходом от традиционных семейных и религиозных ценностей, искусственным навязыванием ультралиберальных смыслов – от феминизма до идеалов гендерной дезориентации. В результате такое ожидаемое политическое последствие демократии как коммуникационное изобилие приводит не к демократизации информации, а, наоборот, становится инструментом социальной несвободы, который способствует помещению человека в систему заранее установленных паттернов.

Система межнациональных интернет-коммуникаций, сложившаяся на Крымском полуострове, также отличается конфликтностью и подвержена воздействию внешних акторов. Более того, информационные потоки, формируемые внешними ресурсами и интернет-сетями, являются наиболее объёмными и влиятельными – это поток, формируемый медиаповодами государств-соседей, США, международными структурами, и поток, направленный на делегитимизацию событий Крымской весны и Крымского референдума. Эти потоки формируются извне посредством сетевых ресурсов, целенаправленно и системно работая на создание установок нескольких типов: антироссийских – формирование образа врага-агрессора и нигилистического отношения к России; русофобских – против всего русского вообще с созданием антиконсервативных смыслов, уходом от традиций и устоев, от семейных основ, патернализма, которые всегда были присущи российскому обществу; и антипутинских – направленных на дискредитацию российского политического лидера.

Потоки этноконфессионального согласия и конфронтации немногочисленны по объёму и имеют либо российско-украинскую базу (как поток «Крым – территория межнационального конфликта»), либо только внутрироссийскую (как поток «межнационального согласия»). Данный факт свидетельствует о том, что интеграционный фактор в межэтнических коммуникациях на полуострове формируется российскими акторами, а конфронтационный – конфликтен по сути. Он формируется под воздействием как российских акторов, стремящихся информационно, экономически и социально смягчить дезинтегрирующие аспекты межнациональных коммуникаций (в частности, медиатреки по депортации 1944 г.), так и украинских, создающих антироссийские и можно даже сказать – антикрымские установки.

Проведённый анализ показал значимость использования больших социальных данных в коммуникационной среде с учётом того, что именно сетевые коммуникации (как показывает современный мир), формируют новые смыслы у людей и даже меняют государственные правительства. Считаем, что в структуре межнациональных коммуникаций в Крыму необходимо развивать интегративный дискурс. Однако в его основе должны быть не только информационные треки, формируемые внутри

полуострова, но и федеральная повестка, которая пока недостаточно присутствует в коммуникациях крымской интернет-аудитории. Именно федеральные интегративные медиатреки будут способствовать созданию единого смыслового поля крымского интернет-сегмента с российским интернет-пространством и ослаблению внешних интернет-акторов, системно формирующих антироссийский дискурс.

Библиографический список

1. Губанов Д. А., Новиков Д. А., Чхартишвили А. Г. Модели влияния в социальных сетях // The Web portal Research Gate. URL: https://www.researchgate.net/profile/Dmitry_Novikov5/publication/274390365_Modeli_vliania_v_socialnyh_setah/links/55900ad908ae15962d8c3dd9/Modeli-vliania-v-socialnyh-setah.pdf (дата обращения: 10.03.2021).
2. Кастельс М. Власть коммуникации. М.: ИД НИУ ВШЭ, 2016. 563 с.
3. Кастельс М. Становление общества сетевых структур // Новая постиндустриальная волна на Западе. Антология / Под ред. В. Л. Иноземцева. М.: Academia, 1999. С. 494–505.
4. Кин Дж. Демократия и декаданс медиа. М.: ИД НИУ ВШЭ, 2015. 312 с.
5. Тоффлер Э. Третья волна. М.: АСТ. 2004. 140 с.
6. Borgattia S. P., Everettb M. G. A Graph-theoretic perspective on centrality 2006 // The Web portal Research Gate. URL: https://www.researchgate.net/publication/222405203_A_Graph-Theoretic_Perspective_on_Centrality (дата обращения: 10.03.2021).
7. Granovetter M. Networks and Organizations: Structure, Form, and Action. Harvard Business School. 1992. 217 p.
8. Kuikka V. Influence spreading model used to analyse social networks and detect sub-communities. 2018 // Springer Web portal. URL: <https://computational-social-networks.springeropen.com/articles/10.1186/s40649-018-0060-z> (дата обращения: 10.03.2021).
9. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. McGraw-Hill, 1964. 318 p. ISBN 81-14-67535-7
10. Nickerson D. W. Is Voting Contagious? Evidence from Two Field Experiments // American Political Science Review. 2008. Vol. 102. P. 49–57
11. Noelle-Neumann E. The Spiral of Silence. Public Opinion: Our Social Skin. Chicago; L.: University of Chicago Press, 1984.
12. Wang H., Wang F., Xu K. Modeling Information Diffusion in Online Social Networks with Partial Differential Equations. 2020 // Springer Web portal. URL: <https://www.springer.com/gp/book/9783030388508> (дата обращения: 10.03.2021).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Ярмак Ольга Валерьевна, кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой «Социальные коммуникации», Севастопольский государственный университет, Севастополь, Россия.

Большакова Мария Геннадьевна, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Теория и практики перевода», Севастопольский государственный университет, Севастополь, Россия.

Шкайдерова Татьяна Викторовна, кандидат филологических наук, доцент, доцент кафедры «Социальные коммуникации», Севастопольский государственный университет, Севастополь, Россия.

Маранчак Анастасия Геннадиевна, специалист 1-ой категории, Институт социологических исследований, Севастопольский государственный университет, Севастополь, Россия.

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.703

Social Communication Paradoxes in Post-Conflict Societies

The reported study was funded by RFBR and EISR according to the research project No. 20-011-31565 «Sociological dimension of interethnic and interreligious harmony in the Republic of Crimea and Sevastopol using semi-Markov processes and agent-based modeling»

Olga V. Yarmak

Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

E-mail: sociocentre@sevsu.ru

ORCID ID: 0000-0002-5025-9112

Mariya G. Bolshakova

Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

E-mail: marie-mary@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0001-9757-0162

Tatyana V. Shkayderova

Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

E-mail: romy@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-5370-4237

Anastasia G. Maranchak

Institute for Sociological Research, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

E-mail: amaranchak@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0003-0421-8675

For citation: Yarmak O. V., Bolshakova M. G., Shkayderova T. V., Maranchak A. G. Social communication paradoxes in post-conflict societies. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 136–152. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.703

Abstract. The article presents the results of a media-analytical study of information flows in Ukraine and in the “new” subjects of the Russian Federation – Crimea and Sevastopol. The relevance of the study of post-conflict societies is dictated by the fact that in the digital era, an effective military solution must be supported by participation in the formation of the information agenda and management of information flows. The cases of color revolutions allow to speak of communication as a factor in the formation of unconventional social attitudes.

The results of the study carried out by the authors show that in the condition of the crisis in society, communication networks are formed often due to the external influence. Information flows of a post-conflict society are formed not only from real events of everyday life and the existing socio-political situation, but also focusing on a number of topics and discourses that must be present in the media field without fail. They act as information triggers, system trigger

tools that form a different streaming of flows, which were differentiated by the authors as single – and multi-wave. The analysis of the identified flows, that represent communicative network structures, testifies to the different genesis of their emergence and functioning, but the determining factor in this process is the geopolitical request for the formation of media tracks. The authors come to conclusion that the information flows of post-conflict societies are communicative-political structures of a dual nature: they initially carry the ideas of an open and democratic society, but then form conflict situations in the civil and media fields.

Keywords: social media, big data, information flow, Republic of Crimea, Ukraine

References

1. Gubanov D. A., Novikov D. A., Chkhartishvili A. G. Models of Influence of Social Media. The Web portal Research Gate. URL: https://www.researchgate.net/profile/Dmitry_Novikov5/publication/274390365_Modeli_vliania_v_socialnyh_setah/links/55900ad908ae15962d8c3dd9/Modeli-vliania-v-socialnyh-setah.pdf. Accessed 10.03.2021. (In Russ.)
2. Castells M. The power of communication: ucheb. posobie. Moscow: NRU HSE publ., 2016. 564 p. (In Russ.)
3. Castells M. Formation of a society of network structures. New post-industrial wave in the West. Anthology / Ed. by V. L. Inozemtsev. Moscow: Academia. 1999. P. 494 – 505 (In Russ.)
4. Keane J. Democracy and media decadence. Transl. from Eng. by D. Kralechkin. Moscow: NRU HSE publ., 2015. 312 p. (In Russ.)
5. Toffler E. Third wave. Moscow: AST publ., 2004. 140 p. (In Russ.)
6. Borgattia S. P., Everett M. G. A Graph-theoretic perspective on centrality. The Web portal Research Gate. URL: https://www.researchgate.net/publication/222405203_A_Graph-Theoretic_Perspective_on_Centrality. Accessed 10.03.2021.
7. Granovetter M. Networks and Organizations: Structure, Form, and Action. Harvard Business School, 1992. 217 p.
8. Kuikka V. Influence spreading model used to analyse social networks and detect sub-communities. Springer Web portal. URL: <https://computational-social-networks.springeropen.com/articles/10.1186/s40649-018-0060-z>. Accessed 10.03.2021.
9. McLuhan M. Understanding Media: The Extensions of Man. McGraw-Hill, 1964. 318 p.
10. Nickerson D. W. Is Voting Contagious? Evidence from Two Field Experiments. American Political Science Review. 2008. Vol. 102. P. 49–57
11. Noelle-Neumann E. The Spiral of Silence. Public Opinion: Our Social Skin. Chicago; Chicago (Il.): University of Chicago Press, 1984.
12. Wang H., Wang F., Xu K. Modeling Information Diffusion in Online Social Networks with Partial Differential Equations. Springer Web portal. URL: <https://www.springer.com/gp/book/9783030388508>. Accessed 10.03.2021.

The article was submitted on: September 22.2020

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Olga V. Yarmak, candidate of sociological sciences, Associate Professor, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

Mariya G. Bolshakova, candidate of pedagogical Sciences, Associate Professor, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

Tatyana V. Shkayderova, candidate of Philological Sciences, Associate Professor, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

Anastasia G. Maranchak, specialist of First category, Institute for Sociological Research, Sevastopol State University, Sevastopol, Russia

СОЦИАЛЬНЫЕ КОММУНИКАЦИИ В УСЛОВИЯХ «ЦИФРОВОЙ ЭКСПАНСИИ»

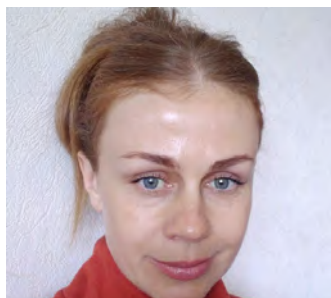
DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.701

К вопросу о восприятии политического контента в социальных сетях: опыт применения нейрофизиологической методики

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и ЭИСИ в рамках научного проекта № 20-011-33033 «Принципы построения молодёжной политической коммуникации в социальных сетях на основе методов и алгоритмов нейрофизиологии» (2020–2021 гг., рук. Ю. А. Еременко)

Ссылка для цитирования: Ерёменко Ю. А., Жаворонкова З. А. К вопросу о восприятии политического контента в социальных сетях: опыт применения нейрофизиологической методики // Вестник Института социологии. 2021. Том 12. № 1. С. 153–169. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.701.

For citation: Eremenko Y. A., Zhavoronkova Z. A. On the issue of perception of political content in social networks: experience in the application of neurophysiological methodologies. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 153–169. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.701

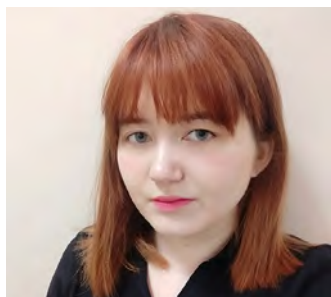


**Ерёменко
Юлия Александровна¹**

¹ Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия

jul_eremenko@mail.ru

AuthorID ПИНЦ: 849281



**Жаворонкова
Зинаида Александровна¹**

¹ Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия

zhavor@mail.ru

Аннотация. В статье рассмотрены особенности молодёжного восприятия политического контента в социальных сетях. Было предложено использование объективного нейрофизиологического метода окулографии для изучения визуального внимания.

Эмпирической базой исследования послужил анализ 1500 постов социальных сетей политической направленности, к которым было применено тегирование визуальной части сообщения и собрана базовая поведенческая статистика, включающая показатели коммуникабельности, привлекательности и вирусности. Это позволило произвести первичную типологизацию политического контента и сформировать наборы стимульного материала для проведения нейрофизиологического исследования.

Исследовательский эксперимент состоял в последовательной демонстрации коллажей из различных видов политического контента (мемы, фотографии политических лидеров, фотографии политических событий и постеры) и одновременной записи глазодвигательного поведения участников эксперимента с использованием веб-трекера.

Полученные количественные данные позволили определить траекторию изучения стимульного материала, а также оценить визуальное внимание при восприятии различного вида политического контента. Изучение стимульного материала начинается с просмотра изображения в верхнем левом углу (0° – 45°), затем просматривается нижний левый угол (135° – 180°), независимо от вида контента. Обнаружено, что средняя продолжительность фиксации для разных видов политического контента значительно отличается ($N=8,201$, $df=3$, $p=0,042$). Наибольший интерес представляют мемы и фотографии политических лидеров, наименьший – плакаты. Первые фиксации обусловлены, как правило, паттерном просмотра визуальной информации. Увеличение продолжительности восприятия стимула ведёт к перераспределению продолжительности фиксации на наиболее интересные для участников эксперимента изображения. Выявлено, что средняя продолжительность фиксации на контенте влечёт за собой его запоминаемость (изображения), на что указывает коэффициент корреляции Пирсона ($r=0,564$, $p=0,023$).

Полученные данные о визуальном восприятии различного вида политического контента позволяют скорректировать и повысить эффективность коммуникационной стратегии продвижения аккаунтов социальных сетей акторами политической власти.

Ключевые слова: политическая коммуникация, визуальная коммуникация, политический контент, молодёжь, нейрофизиологические методы исследования, окулография

Сегодня можно наблюдать достаточно низкий процент вовлечённости молодёжи в политику. Результаты исследования [2, с. 203] показывают, что следят за информацией о политических событиях в стране 12,6%; внимательно за информацией о политических событиях не следят, но изредка обсуждают их с друзьями, родственниками – 41,9%; политикой не интересуются 45,5% молодёжи. Также авторы отмечают, что большая часть молодых людей рассматривают в качестве своей общественной и общественно-политической деятельности дистанционную коммуникацию через интернет [2, с. 205].

Возможно, именно поэтому большинство отечественных и зарубежных учёных видят потенциал в налаживании активного диалога с молодёжью посредством использования ресурсов Сети (например, социальных сетей, мессенджеров, блоговых и почтовых сервисов или видео хостингов) [1; 6; 22; 19]. Такая коммуникация привлекательна благодаря тривиальным причинам: быстрота, удобство, доступность, возможность обезличенного участия и получения незамедлительной обратной связи [6].

Развитие цифровых коммуникационных технологий привело к значимым переменам в политике. Под воздействием цифровизации значительно трансформировались возможные формы политического участия. Так, помимо традиционных (голосование), пришли нетрадиционные, например, подписание электронных петиций, написание блогов

и статей на политические темы, а также их распространение в социальных сетях, участие в интернет-голосованиях, выборах и референдумах, присутствие на виртуальном собрании партий, съездов. Также цифровая революция привела к развитию визуального контента, который благодаря современным технологиям стал более доступным, эмоциональным и привлекательным. Д. Шилл отмечает, что визуальные символы долгое время были центральным элементом политической коммуникации, и их важность возросла, поскольку визуальная среда телевидения стала доминирующим источником политической информации [20]. Также П. Родькин отмечает, что с ростом информационного общества значение визуальных коммуникаций всё активнее используется в культуре и политике, что многократно расширяет их социальные функции [4, с. 69], кроме того, они являются мощнейшим инструментом формирования репутации и проведения коммуникационных стратегий в условиях развитой и агрессивной информационной среды [4, с. 6–7].

Актеры политической власти осознают значимость визуальной коммуникации и начинают её активно использовать в своей стратегии коммуникаций. Интересен манипулятивный подход В. М. Розина, который утверждает, что визуализация означает употребление визуальной информации с целью управления или воздействия на сознание, чувства и поведение человека. Политики в государственной и частной сферах жизни сегодня понимают, что визуальные системы и произведения (плакат, реклама, газеты, журналы, кино, телевидение, произведения искусства) являются достаточно эффективными средствами формирования установок, симпатий и антипатий человека, влияют на принятие им решений, на выбор и ценностные ориентации, мироощущение, настроение, чувства и эмоции. При этом предполагается, что визуальные средства в отличие от вербальных или интеллектуальных (слово, понятия, теории) позволяют человеку практически мгновенно воспринимать запрограммированное воздействие (хотя сработать оно может значительно позднее), причём это воздействие является и более глубоким, поскольку визуальные системы влияют не только на интеллект, но и на эмоционально-чувственный базис человека [5, с. 27].

Понимание визуализации как эффективной технологии политической коммуникации ведёт к необходимости применения эффективных методов оценки её эффективности в достижении политических целей и задач. На сегодняшний день наиболее объективными методами исследования восприятия человека являются нейрофизиологические. К ним можно отнести: окулографию, электроэнцефалографию, лицевое кодирование, функциональную магнитно-резонансную томографию и др. [3]. Описанные методы основаны на измерении неосознанных физиологических реакций человека на внешние стимулы, а также дают возможность сбора данных в режиме реального времени, что представляет особую ценность для изучения визуальной коммуникации в естественной среде.

По мнению некоторых учёных, синтез социологического и нейрофизиологического позволит более глубоко понять многие социальные проблемы. Раздельное (социальное и естественнонаучное) объяснение происходящих в обществе процессов выявило свою ограниченность, если данные этих наук используются изолированно. Взаимный системный учёт данных этих областей научного знания позволяет серьёзно обогатить и углубить представления о социальной жизни [7]. Социологическая теория должна быть физически и компьютерно-реалистичной: если социальные феномены связаны с когнитивными процессами, то социология должна уметь адекватно их описывать [21].

Нейрофизиологические методы позволяют оценивать различные когнитивные процессы (например, внимание, интерес, память, уровень когнитивной нагрузки или эмоциональные реакции), которые оказывают значительное влияние на эффективность коммуникационного процесса.

В представленной работе на основе использования метода окулографии предлагается оценить визуальное внимание, интерес и запоминаемость различных видов визуального контента. Ответим, что привлечение внимания к сообщению является ключевой точкой запуска эффективного коммуникативного процесса.

С точки зрения психофизиологии, внимание – это механизм, отвечающий за выбор информации, которая получает преференциальный статус над другой доступной информацией [18]. Учитывая, что объектом изучения данной работы является визуальная коммуникация, то особый интерес представляет понятие «визуальное внимание», под которым следует понимать набор когнитивных операций, опосредующий выбор релевантной и отфильтровывание ненужной информации из перенасыщенных визуальных сцен [17]. Во многих научных исследованиях показана взаимосвязь между понятиями «внимание» и «интерес». Л. Итти с коллегами предложили гипотезу о том, что области или объекты, которые наблюдатели сочтут интересными, должны привлекать внимание, то есть казаться визуально более значимыми [13]. Можно предположить, что когда для испытуемого не указана конкретная поисковая цель, отсутствуют временные и другие ограничения, то, скорее всего, восходящие стимулы будут играть доминирующую роль в направлении внимания к интересным целям [12].

Некоторые исследователи указывают на существующую взаимосвязь визуального внимания, выраженного глазами фиксациями и саккадами, и субъективного интереса. Авторы обнаружили положительную корреляцию между субъективно отмеченными мышью зонами интереса и объективными данными, полученными в результате окулографического исследования [16].

На сегодняшний день метод окулографии широко используется в исследованиях коммуникации, большинство из которых посвящено изучению различных видов рекламы и способов повышения её эффективности. Наиболее распространёнными метриками окуломоторной активности в исследовании коммуникации можно назвать «фиксации взгляда», которые включают следующие группы показателей:

количество фиксаций (ед.), повторные фиксации (ед), среднее время фиксаций (мс), общее время фиксации (мс), время до первой фиксации (мс), продолжительность первой фиксации (мс). Р. Джакоб с коллегами считают, что показатель количества фиксаций является наиболее распространённым в исследовании глазодвигательного поведения. Соотношение количества фиксаций к общей их продолжительности показывают результаты, связанные с визуальным поиском. В условиях высокой когнитивной нагрузки число фиксаций возрастает [14].

Следующей важной метрикой окуломоторной активности в исследовании коммуникаций являются «саккады», то есть движения глаз между фиксациями. Самые длинные саккады являются результатами визуального поиска [10]. Порядковый номер их связан с пространственной организацией информации. Считается, что неинтересный стимульный материал приводит к увеличению числа саккад [11].

Наиболее распространённым способом визуализации окулографических данных являются тепловые карты, показывающие, какие элементы стимульного материала привлекают наибольшее визуальное внимание.

Наибольшая теоретическая база знаний применения различных визуальных образов в коммуникации сложилась в сфере маркетинга, а именно рекламных коммуникациях, где были исследованы вопросы влияния знаменитостей, персонажей виртуальных игр, элементов природы или культурных символов на экономическое поведение потребителей, запоминаемость бренда и его позиционирование.

Обзор научной литературы в области политической коммуникации показал возможность использования метода окулографии для более глубокого изучения различных её аспектов. В работе Ф. Маркварта исследовано селективное восприятие политической рекламы. Авторы указывают, что политическая идеология является сильным предиктором времени фиксаций на рекламе [15]. В статье Д. Зильмана показано влияние наличия фотографий, особенно изображающих виктимизацию, на время чтения статьи, которое увеличивалось [23]. Значительное внимание уделено вопросу взаимосвязи новостных медиаизображений и политической активности граждан. Так, учёные изучили влияние разного эмоционального контекста изображений (негатив, эмоции, визуальная привлекательность и заметность) в цифровых новостных СМИ на политическое участие реципиентов. Авторы показали, что люди с большей готовностью участвуют в онлайн-обсуждениях, если они воспринимают изображения в СМИ как эмоциональные, привлекательные, заслуживающие освещения в печати [8]. По мнению ряда авторов, онлайн и офлайн источники новостей положительно влияют на их межличностное обсуждение и политическое участие, а также отмечают, что использование блогов становится важным предиктором политической активности в виртуальной среде [9].

Особенности визуального восприятия разнообразия видов контента, используемого в политической коммуникации, практически не изучен в научной литературе, чем и обусловлен выбор темы представленной работы.

Целью работы было исследование особенностей молодёжного восприятия различных видов визуального политического контента (мемы, фото политических событий, фото политического лидера, постеры) в социальных сетях на основе использования метода окулографии.

Материалы и методы исследования

Для получения информации о видах политического молодёжного контента были проанализированы аккаунты социальных сетей правительственных организаций, политических партий и общественно-политических организаций. К пропорционально отобраным 1500 постам было применено тегирование визуальной части сообщения и собрана базовая поведенческая статистика, включающая показатели коммуни-кабельности (комментарии), привлекательности (лайки) и вирусности (репосты). Из 1500 постов визуальный контент содержали 1467, которые вошли в объём выборки. Аналитические данные получены с помощью ресурса <https://popsters.ru/> (см. таблицу 1).

Таблица 1 (Table 1)

Характеристика показателей поведенческой активности
на восприятие визуального политического контента
*Characteristics of indicators of behavioral activity
on the perception of visual political content*

Форма контента	Всего постов (кол-во)	Лайки (кол-во)*	Лайки (среднее)**	Репосты (кол-во)*	Репосты (среднее)**	Комментарии (кол-во)*	Комментарии (среднее)**	ERpost (среднее)**
Фото, графический политический контент								
Мемы	27	643	23,81	53	1,96	260	9,63	0,48
Фото политических мероприятий	108	3526	32,65	318	2,94	222	2,06	0,48
Фото исторические	40	435	10,88	28	0,70	7	0,18	0,37
Вирусные фото	95	3310	34,84	398	4,19	139	1,46	0,35
Текст-изображение	7	203	29,00	29	4,14	14	2,00	0,34
Фото коллектива и лидеров	3	187	62,30	15	5,00	4	1,33	0,32
Фотоотчёт интерактивных мероприятий	182	4805	26,40	473	2,60	60	0,33	0,27
Фотоотчёт социальных проектов	129	4988	38,67	257	1,99	115	0,89	0,26
Фото агитаций	8	207	25,88	13	1,63	6	0,75	0,26
Постеры	625	12688	20,30	2256	3,61	600	0,96	0,24
Инфографика	7	79	11,29	15	2,14	0	0,00	0,13
Среднее ERpost по всем формам фото и графического контента								0,32

Продолжение таблицы 1

Форма контента	Всего постов (кол-во)	Лайки (кол-во)*	Лайки (среднее)**	Репосты (кол-во)*	Репосты (среднее)**	Комментарии (кол-во)*	Комментарии (среднее)**	ERpost (среднее)**
Политический видеоконтент								
Видеоотчёты интерактивных мероприятий	28	2154	76,93	455	16,25	18	0,64	1,46
Видеоотчёты политических мероприятий	25	961	38,44	94	3,76	19	0,76	0,32
Вирусные видео	98	2270	23,16	317	3,23	184	1,88	0,30
Видеоинтервью	7	134	19,14	17	2,42	20	2,85	0,25
Записи вебинаров	29	419	14,45	40	1,38	32	1,10	0,18
Видеоотчёты социальных проектов	7	114	16,29	26	3,71	3	0,43	0,17
Рекламные имиджевые видеоролики	26	511	19,65	72	2,77	30	1,15	0,15
Видеоагитация	16	855	53,44	52	3,25	5	0,31	0,15
Среднее ERpost по всем формам видеоконтента								0,37

*Общая сумма лайков / репостов / комментариев на «всего постов».

**Среднее количество лайков / репостов / комментариев на «всего постов».

***ERpost коэффициент вовлечения по посту рассчитывает процент пользователей, проявивших активность в социальной сети в различных формах, например, проставление лайков, дизлайков, репостов, комментариев, кликов или ретвитов.

Данные таблицы 1 показывают, что политический видеоконтент имеет более высокий показатель социальной вовлечённости (0,37), чем фото- и графический контент (0,32). Самой интересной визуальной информацией для молодёжи являются видеоотчёты интерактивных мероприятий, мемы и фото политических мероприятий. Наиболее часто в коммуникативном сообщении используют постеры, фотоотчёты интерактивных и социальных мероприятий.

Таким образом, для психофизиологического тестирования были выбраны мемы и фото политических мероприятий (имеющие наивысший показатель ERpost), посты (наиболее распространённый вид контента) и фотографии политических лидеров (наименее распространённый вид контента). Проведённые эксперименты направлены на изучение визуального внимания молодёжи, восприятие различных визуальных стимулов, а также понимание согласованности полученных результатов с данными поведенческой статистики.

Дизайн и стимулы

Для айтрекинг-исследования было разработано четыре вида стимульного материала, представляющих собой коллажи из четырёх различных видов политического контента. Для нивелирования влияния местоположения стимула на результат каждый вид контента был однократно

предъявлен в каждом из секторов (0° - 45° – левый верхний угол, 45° - 90° – правый верхний угол, 90° - 135° – правый нижний угол, 135° - 180° – левый нижний угол). Пример стимульного материала показан на рис. 1.



Рис. 1. Пример стимульного материала для окулографического исследования визуального восприятия политического контента

Figure 1. An example of stimulating material for an oculographic study of the visual perception of political content

Общая процедура

Перед началом эксперимента испытуемым объяснили задание, провели процедуру калибровки по девяти точкам. Участникам предлагалось просмотреть наборы слайдов в течение 20 сек., затем ответить на вопросы анкеты. С применением правил биоэтики были тестированы студенты обоего пола ($n=17$), средний возраст $19,58 \pm 0,49$ лет. Все испытуемые являются правшами с нормальным зрением. Перед началом проведения экспериментов участники дали письменное согласие на обработку их персональных данных.

Оборудование

Исследование проводилось на платформе Gazerecorder (<https://app.gazerecorder.com/>), позволяющей осуществлять айтрекинг-исследования в интернете на основе веб-камеры. Стимульный материал был разработан с использованием графической программы Adobe Photoshop CS3, где были откорректированы размеры и расширение 200 писк/дюйм. Обработка полученных данных велась с использованием методов экономико-статистического анализа, реализованного в пакете программ SPSS 23.0.

Результаты исследования

Применение платформы для эксперимента Gazerecorder позволило получить тепловые карты и количественные данные о глазодвигательном поведении испытуемых: средняя продолжительность фиксации (Dwelltime), время первой фиксации. Результаты эксперимента показаны в таблице 2.

Таблица 2 (Table 2)

Результаты окулографического эксперимента в контексте визуального восприятия политического контента и опроса на запоминаемость
Oculographic experiment results in the context of visual perception of political content and memorability survey

Сектора предъявления контента по зонам интереса (AOIs*)	Вид политического контента	Средняя продолжительность фиксации, 0–5 сек	Средняя продолжительность фиксации, 0–20 сек	Первая фиксация (с)	Запоминаемость текстовой информации	Запоминаемость изображения
Стимул 1						
0°–45°	Фото политического лидера	2,25	4,87	0,80	0	1
45°–90°	Политический мем	1,29	3,99	2,20	1	0
90°–135°	Постер	0,29	2,78	1,82	0	1
135°–180°	Фото политического события	0,74	3,45	0,79	1	0
Стимул 2						
0°–45°	Политический мем	2,86	5,32	0,52	1	3
45°–90°	Фото политического лидера	1,27	4,54	1,54	0	2
90°–135°	Фото политического события	0,51	4,87	2,40	0	0
135°–180°	Постер	0,85	2,7	0,68	0	0
Стимул 3						
0°–45°	Фото политического события	2,31	4,67	0,55	0	1
45°–90°	Постер	1,39	2,55	2,10	2	0
90°–135°	Фото политического лидера	0,79	2,99	1,96	0	0
135°–180°	Политический мем	0,52	5,45	0,94	2	7
Стимул 4						
0°–45°	Постер	2,18	3,67	0,54	0	1
45°–90°	Фото политического события	1,23	3,53	1,72	0	0
90°–135°	Политический мем	1,09	4,86	1,43	2	1
135°–180°	Фото политического лидера	0,87	4,79	0,82	4	0

*Areas of Interests.

Анализ данных о времени первой фиксации показал траекторию просмотра визуальных политических стимулов (рис. 2).

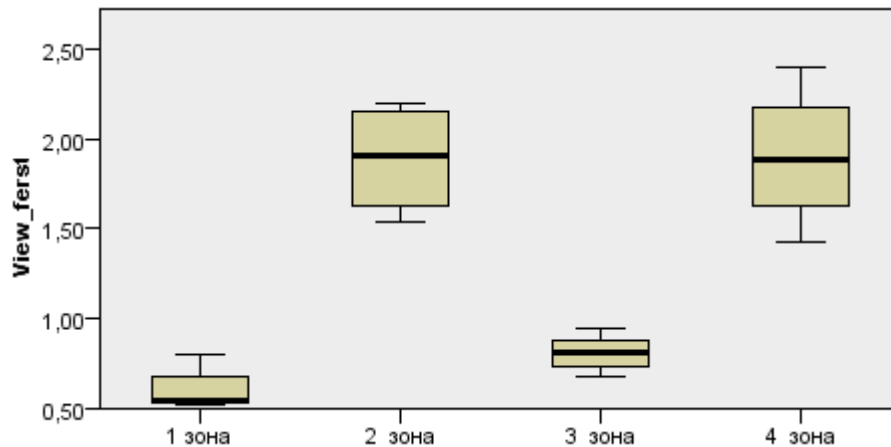


Рис. 2. Квартильная диаграмма траектории изучения визуальных стимулов
*1 зона – 0° – 45° , 2 зона – 45° – 90° , 3 зона – 135° – 180° , 4 зона – 90° – 135° .

Figure 2. Quartile diagram of the trajectory of visual stimuli study

Из рисунка видим, что испытуемые начинают изучение стимульного материала с просмотра изображения в верхнем левом углу (0° – 45°), затем просматривается нижний левый угол (135° – 180°) независимо от вида контента.

Далее рассмотрим влияние вида контента на среднюю продолжительность фиксации. Для сравнения количественных признаков четырёх независимых выборок по виду контента (политический мем, плакат, фотография политического деятеля и политического события) воспользуемся непараметрическим критерием Краскела-Уоллеса. Рассчитанное значение уровня статистической значимости для критерия Краскела-Уоллеса с использованием программы SPSS позволило отвергнуть нулевую статистическую гипотезу и сделать вывод о том, что средняя продолжительность фиксации для разных видов политического контента различается ($N=8,201$, $df=3$, $p=0,042$). Чтобы понять, какие именно группы различаются, проведём попарные сравнения с помощью критерия Манна-Уитни. Уровень статистической значимости ниже 0,5 оказался при сравнении групп 1 (плакат) и 2 (политический мем), а также 1 (плакат) и 3 (фотография политического лидера), что говорит о статистически значимых различиях между этими группами. Графическое представление показателя средней продолжительности фиксации для всех сравниваемых групп показано на рис. 3.

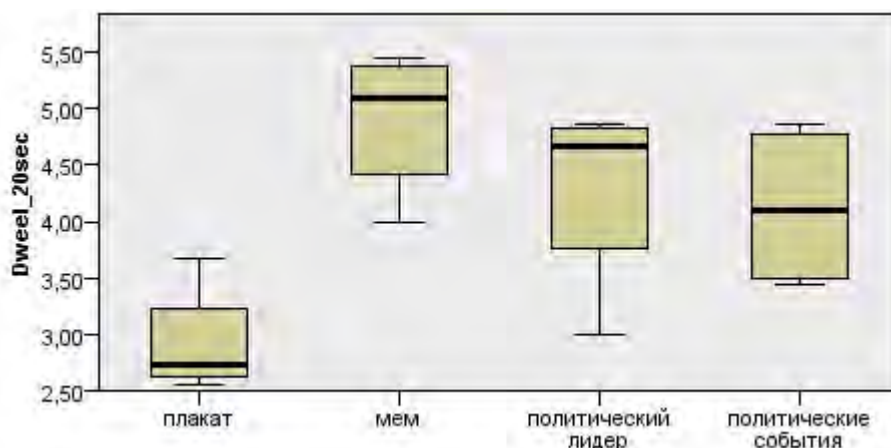


Рис. 3. Квартильная диаграмма показателя средней продолжительности фиксации на разных видах политического контента.

Figure 3. Quartile diagram of the indicator of the average duration of fixations on different types of political content

Проведённое окулографическое исследование показало, что первые фиксации обусловлены, как правило, паттерном просмотра информации, где самая просматриваемая зона – левый верхний угол (см. рис. 4). Затем происходит перераспределение продолжительности фиксаций в сторону наиболее интересных изображений (см. рис. 5). В проведённом эксперименте это мемы и фотографии политического лидера, тогда как наименьший интерес вызвали плакаты.



Рис. 4. Тепловая карта просмотра визуального политического контента (5000 мс)

Figure 4. Heatmap of viewing political visual content



Рис. 5. Тепловая карта просмотра визуального политического контента (20000 мс)

Figure 5. Heatmap of viewing political visual content

Результаты анализа запоминаемости предъявленных стимулов показаны в таблице 3.

Таблица 3 (Table 3)

Оценка запоминаемости визуального политического контента, баллы
Rating of memorability of visual political content (points)

Виды политического контента	Запоминаемость текстовой информации	Запоминаемость изображения
Политический мем	6	11
Политический лидер	4	3
Постер	2	2
Политическое событие	1	1

Также было выявлено, что средняя продолжительность фиксаций на политическом контенте влечёт за собой его запоминаемость (изображение), на что указывает коэффициент корреляции Пирсона ($r=0,564$, $p=0,023$). Опрос был проведён сразу же после эксперимента, что даёт нам возможность говорить о результатах краткосрочной памяти.

Заключение

В работе был использован нейрофизиологический подход к изучению контента в зависимости от его вида. Полученные результаты дали возможность получить объективные данные о восприятии молодёжью визуальных политических стимулов, представленных в социальных сетях.

Результаты проведённых экспериментов позволяют скорректировать общую коммуникационную стратегию продвижения политических аккаунтов в социальных сетях, которая наблюдается на сегодняшний день в России. Например, постеры, которые являются наиболее распространённым видом контента дают наименьший показатель социальной активности, а также не вызывают значительного визуального внимания и интереса. Фотографии лиц политических лидеров практически не представлены в молодёжных аккаунтах, однако полученные поведенческие и физиологические данные говорят об их эффективности для целей и задач коммуникации. Лидер как сильный бренд политической структуры воспринимается «легко». Можно говорить о существовании концептуальной (когнитивной) беглости его восприятия, что ведёт к большей вероятности запоминаемости информации и визуальному вниманию. Анализ существующего коммуникационного подхода к продвижению в социальных медиа говорит о незначительном использовании видеоконтента, который имеет наивысшие показатели социальной активности и способен вызывать сильные эмоции.

Наши исследования, проводимые в молодёжной (в частности, студенческой) среде, фиксируют увеличение объёмов и интенсивности информационных потоков, усложнение межпоколенной коммуникации. В результате становится всё сложнее «достучаться» до сознания молодых людей с целью передачи социального смысла сообщений. Таким образом,

описанный в работе синтез социологического и нейрофизиологического позволил понять некоторые принципы организации эффективной коммуникации с молодёжью, способные оказать положительное влияние на решение таких актуальных проблем социальной политологии, как формирование общественного мнения, передача политических ценностей и ориентаций молодёжи, а также повышение их уровня политической грамотности и электоральной активности.

Библиографический список

1. Акаев Д. К. Трансформация политической культуры молодежи: роль интернет-коммуникаций // Вестник Поволжского института управления. 2016. № 6 (57). С. 153–156.

2. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России в зеркале социологии. К итогам многолетних исследований. М: ФНИСЦ РАН, 2020. DOI 10.19181/monogr.978-5-89697-325-6.2020

3. Ерёменко Ю. А., Улановская О. Н. Современные методы и технологии прикладного нейромаркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. 2020. № 2. С. 37–45.

4. Родькин П. Визуальная политика. Фирменный стиль России. М.: Совпадение, 2007. С. 160. ISBN 978-5-903060-12-2

5. Розин В. М. Визуальная культура и восприятие. Как человек видит и понимает мир. М.: Комкнига, 2006

6. Сафонова А. С. Новые формы виртуальной политической коммуникации в молодежной среде // Научно-технические ведомости СПбГПУ. Гуманитарные и общественные науки. 2015. № 2 (220). С. 30–34.

7. Шкурко А. В. На пути к нейросоциологии // Социологические исследования. 2011. № 4. С. 13–22.

8. Geise S., Panke D., Heck A. Still Images—Moving People? How Media Images of Protest Issues and Movements Influence Participatory Intentions // The International Journal of Press/Politics. 2020. Vol. 21. No 1. P. 92–118. DOI: 10.1177/1940161220968534.

9. Gil de Zúñiga H., Abril E., Rojas H. Weblogs, Traditional Sources Online and Political Participation: An Assessment of How the Internet Is Changing the Political Environment // New Media Camp Society. 2009. Vol. 11. № 4. P. 553–574. 10.1177/1461444809102960.

10. Goldberg J., Kotval X. Computer interface evaluation using eye movements: Methods and constructs // International Journal of Industrial Ergonomics. 1999. Vol. 24. P. 631–645. DOI: 10.1016/S0169-8141(98)00068-7.

11. Grobelny J., Jach K., Kuliński M. & Michalski R. Śledzenie wzroku w badaniach jako ściuzytkowejo programowania // Historia imierniki. 2006. URL: http://repin.pjwstk.edu.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/186319/166/Kansei%202006_Grobelny.pdf?sequence=1.

12. Itti L. Quantifying the contribution of low-level saliency to human eye movements in dynamic scenes // *Visual Cognition*. 2005. Vol. 12. No 6. P. 1093–1123.
13. Itti L., Koch C., Niebur E. A model of saliency-based visual-attention for rapid scene analysis. *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence*. 1998. Vol. 20. No 11. P. 1254–1259. DOI: 10.1109/34.730558.
14. Jacob R. and Karn K. Eye Tracking in Human-Computer Interaction and Usability Research: Ready to Deliver the Promises. *The Mind`s Eye: Cognitive and Applied Aspects of Movement Research*. 2003. Vol. 2. No 3. P. 573–605.
15. Marquart F., Matthes J., Rapp E. Selective Exposure in the Context of Political Advertising: A Behavioral Approach Using Eye-Tracking Methodology // *International Journal of Communication*. 2016. Vol. 10. P. 2576–2595.
16. Masciocchi C. M., Mihalas S., Parkhurst D., Niebur E. Everyone knows what is interesting: Salient locations which should be fixated // *Journal of Vision*. 2009. Vol. 9. № 11. P.1–22.
17. McMains S. A., Kastner S. Visual Attention // *Encyclopedia of Neuroscience*. Ed. by M. D. Binder , N. Hirokawa , U. Windhorst. Berlin, Heidelberg: Springer. 2009. DOI: https://doi.org/10.1007/978-3-540-29678-2_6344.
18. Plassmann H., Zoëga T. Ramsøy, Milosavljevic M. Branding the brain: A critical review and outlook // *Journal of Consumer Psychology*. 2012. Vol. 22. No 1. P. 18–36. DOI: 10.1016/j.jcps.2011.11.010.
19. Salau A., Binti A., Hamid A., Ishak N. Social Media and Youth Online Political Participation: Perspectives on Cognitive Engagement // *New media and mass communication*. 2015. Vol. 44. P. 8–15.
20. Schill D. The Visual Image and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the Field of Political Communication // *Review of Communication*. 2012. Vol. 12. No 2. P. 118–142.
21. Turner S. Social Theory as a Cognitive Neuroscience // *European Journal of Social Theory*. 2007. Vol. 10. No 3. P. 357–374.
22. Xenos M., Vromen A., Loader B. The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies // *Information, Communication & Society*. 2014. Vol. 17. No 2. P. 151–167. DOI: 10.1080/1369118X.2013.871318.
23. Zillmann D., Knobloch S., Yu H. Effects of Photographs on the Selective Reading of News Reports // *Media Psychology*. 2001. Vol. 3. No 4. P. 301–324. DOI: 10.1207/S1532785XMEP0304_01.

Статья поступила 21.04.2020

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Ерёменко Юлия Александровна, кандидат экономических наук, доцент,
Кафедра маркетинга, торгового и таможенного дела,
Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия
Жаворонкова Зинаида Александровна, студентка 3-го курса,
направление подготовки «Торговое дело», Крымский федеральный университет
им. В. И. Вернадского, Симферополь, Россия

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.701

On the Issue of Perception of Political Content in Social Networks: Experience in the Application of Neurophysiological Methodologies

Funding: The reported study was funded by RFBR and EISR, project No. 20-011-33033
“Principles of constructing youth political communication in social networks of methods and algorithms
of neurophysiology”

Yulia A. Eremenko

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

E-mail: jul_ereenko@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-2524-1145

Zinaida A. Zhavoronkova

V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

E-mail: zhavor@mail.ru

ORCID ID: 0000-0003-0451-9486

For citation: Eremenko Y.A., Zhavoronkova Z.A. On the issue of perception of political content in social networks: experience in the application of neurophysiological methodologies. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 153–169. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.701

Abstract. The article examines the peculiarities of the young people perception of political content in social networks. The use of an objective neurophysiological oculography method for the study of visual attention has been proposed. The empirical basis of the study was the analysis of 1500 social network posts of political orientation, to which the tagging of the visual part of the message was applied and basic behavioral statistics were collected, including indicators of communicability, attractiveness and virality. This allowed to conduct a primary classification of political content and form sets of stimulating material for conducting neurophysiological research.

The research experiment consisted of consecutive displaying collages of various types of political content (memes, photographs of political leaders, photographs of political events and posters) and simultaneously recording the participants eye movement behavior using a web tracker.

The obtained quantitative data was used to determine the trajectory of studying the stimulus material, as well as to assess visual attention when perceiving various types of political content. The study of the stimulus material begins with viewing the image in the upper left corner (0°–45°), then moves to the lower left corner (135°–180°), regardless of the type of content. It was discovered that the average duration of fixations for different types of political content differs significantly ($H=8.201$, $df=3$, $p=0.042$). The most attractive are memes and photographs of political leaders, the least attractive – posters. The first fixations are caused, as a rule, by the pattern of viewing visual information. An increase in the duration of perception of a stimulus leads to a redistribution of the duration of fixations to the images most interesting for the participants in the experiment. It was revealed that the average duration of fixations on the content entails its memorability (images), as indicated by the Pearson correlation coefficient ($r=0.564$, $p=0.023$).

The obtained data on the visual perception of various types of political content allows to adjust and increase the effectiveness of the communication strategy for promoting certain accounts in social networks by actors of political power.

Keywords: political communication, visual communication, political content, youth, neurophysiological research methods, oculography

References

1. Akaev D. K. Youth Political Culture Transformation: The Role of the Internet Communications. *Vestnik Povolzhskogo instituta upravleniya*. 2016. No. 6 (57). P. 153–156. (In Russ.)
2. Gorshkov M. K., Sheregi F. E. Youth of Russia in the mirror of sociology. By the results of many years of research. Moscow: FNISTS RAS, 2020. 688 p. DOI 10.19181/monogr.978-5-89697-325-6.2020 (In Russ.)
3. Eremenko Y. A., Ulanovskaya O. N. Modern methods and technologies of applied neuro-marketing. *Marketing in Russia and abroad*. 2020. No. 2. P. 37–45. (In Russ.)
4. Rodkin P. *Vizual'naya politika. Firmennyj stil' Rossii*. [Visual politics. Corporate style of Russia]. Moscow: Coincidence, 2007. 160 p. (In Russ.)
5. Rozin V. M. *Vizual'naya kul'tura i vospriyatie. Kak chelovek vidit i ponimaet mir*. [Visual culture and perception. How a person sees and understands the world]. Moscow: Komkniga, 2006. 224 p. (In Russ.)
6. Safonova A. S. *Novye formy virtual'noj politicheskoy kommunikacii v molodezhnoj srede* [New forms of virtual political communication in the youth environment]. *Nauchno-tekhnicheskie vedomosti SPbGPU. Gumanitarnye i obschestvennye nauki*. 2015. No. 2 (220). P. 30–34. (In Russ.)
7. Shkurko A. V. *Na puti k neyrosotsiologii* [On the way to neurosociology]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2011. No.4. P. 13–22. (In Russ.)
8. Geise S., Panke D., Heck A. Still Images – Moving People? How Media Images of Protest Issues and Movements Influence Participatory Intentions. *The International Journal of Press/Politics*. 2020. Vol. 21. No. 1. P. 92–118. DOI:10.1177/1940161220968534.
9. Gil de Zúñiga H., Abril E., Rojas H. Weblogs, Traditional Sources Online and Political Participation: An Assessment of How the Internet Is Changing the Political Environment. *New Media Camp Society*. 2009. Vol. 11. No. 4. P. 553–574. DOI: 10.1177/1461444809102960.
10. Goldberg J., Kotval X. Computer interface evaluation using eye movements: Methods and constructs. *International Journal of Industrial Ergonomics*. 1999. Vol. 24. P. 631–645. DOI: 10.1016/S0169-8141(98)00068-7.
11. Grobelny J., Jach K., Kuliński M., Michalsk, R. Śledzeniewz roku w badaniach jako ściużytkowejo programowania. *Historia imierniki*. 2006. Accessed 22.11.2020. http://repin.pjwstk.edu.pl:8080/xmlui/bitstream/handle/186319/166/Kansei%202006_Grobelny.pdf?sequence=1.
12. Itti L. Quantifying the contribution of low-level saliency to human eye movements in dynamic scenes. *Visual Cognition*. 2005. Vol. 12. No. 6. P. 1093–1123.
13. Itti L., Koch C., Niebur E. A model of saliency-based visual-attention for rapid scene analysis. *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence*. 1998. Vol. 20. No. 11. P. 1254–1259. DOI: 10.1109/34.730558.
14. Jacob R., Karn K. *Eye Tracking in Human-Computer Interaction and Usability Research: Ready to Deliver the Promises. The Mind's Eye: Cognitive and Applied Aspects of Movement Research*. 2003. Vol. 2. No. 3. P. 3573–605.
15. Marquart F., Matthes J., Rapp E. Selective Exposure in the Context of Political Advertising: A Behavioral Approach Using Eye-Tracking Methodology. *International Journal of Communication*. 2016. Vol. 10. P. 2576–2595.
16. Masciocchi C. M., Mihalas S., Parkhurst D., Niebur E. Everyone knows what is interesting: Salient locations which should be fixated. *Journal of Vision*. 2009. Vol. 9. No. 11. P. 1–22.
17. McMains S. A., Kastner S. *Visual Attention Encyclopedia of Neuroscience*. Ed. by M. D. Binder, N. Hirokawa, U. Windhorst. Berlin, Heidelberg: Springer, 2009. Accessed 12.10.2020. https://doi.org/10.1007/978-3-540-29678-2_6344.
18. Plassmann H., Zoëga T., Ramsøy Milosavljevic M. Branding the brain: A critical review and outlook. *Journal of Consumer Psychology*. 2012. Vol. 22. No. 1. P. 18–36. DOI: 10.1016/j.jcps.2011.11.010.
19. Salau A., Binti A., Hamid A., Ishak N. Social Media and Youth Online Political Participation: Perspectives on Cognitive Engagement. *New media and mass communication*. 2015. Vol. 44. P. 8–15.

20. Schill D. The Visual Image and the Political Image: A Review of Visual Communication Research in the Field of Political Communication. *Review of Communication*. 2012. Vol. 12. No. 2. P. 118–142.
21. Turner S. Social Theory as a Cognitive Neuroscience. *European Journal of Social Theory*. 2007. Vol. 10. No. 3. P. 357–374.
22. Xenos M., Vromen A., D. Loader B. The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies. *Information, Communication & Society*. 2014. Vol. 17. No. 2. P. 151–167. DOI: 10.1080/1369118X.2013.871318.
23. Zillmann D., Knobloch S., Yu H. Effects of Photographs on the Selective Reading of News Reports. *Media Psychology*. 2001. Vol. 3. No. 4. P. 301–324. DOI: 10.1207/S1532785XMEP0304_01.

The article was submitted on: April 21.2020

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Yulia A. Eremenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Marketing, Trade and Customs Affairs, V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

Zinaida A. Zhavoronkova, 3rd year student of Marketing, Trade and Customs Affairs, V. I. Vernadsky Crimean Federal University, Simferopol, Russia

Трибуна молодого учёного

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.704

Социологический подход к анализу структурированной внеучебной деятельности и школьной успеваемости среди детей с ограниченными возможностями здоровья

Ссылка для цитирования: Морозов И. С. Социологический подход к анализу структурированной внеучебной деятельности и школьной успеваемости среди детей с ограниченными возможностями здоровья // Вестник Института социологии. 2021. Том 12. № 1. С. 170–187. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.704.

For citation: Morozov I. S. Sociological approach to the analysis of structured extracurricular activities and school performance among children with disabilities. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 170–187. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.704



**Морозов
Илья Сергеевич¹**

¹ Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

imorozov@hse.ru

Аннотация. В статье рассматривается вопрос о связи структурированных внеучебных занятий и успеваемости детей с ограниченными возможностями здоровья. Данная взаимосвязь теоретически обосновывается и изучается в различных социальных науках, включая социологию. Через призму социологических теорий положительная взаимосвязь этих переменных может объясняться благодаря научным работам социологов Коулмэна, Бурдье и Портеса. В данной статье приведён обзор теоретических обоснований положительного влияния внешкольных занятий на школьную успеваемость: «модель развития» и гипотеза «о лидерстве в толпе» Коулмэна, а также понятие «социальный капитал».

Взаимосвязь между структурированными внеучебными занятиями и успеваемостью подтверждается и эмпирическими исследованиями в различных странах мира. Однако на данный момент недостаточно внимания уделено изучению этого вопроса на выборках детей с ограниченными возможностями здоровья, для которых дополнительные занятия являются важным ресурсом адаптации к жизни в обществе, в том числе после получения среднего образования. В области социальных наук дискуссия о взаимосвязи этих параметров также не всегда прослеживается.

В выборку проведённого автором исследования вошли обучающиеся по коррекционным программам в школе-интернате российского города-миллионника. При помощи метода линейного регрессионного анализа были построены модели, в которых предсказывался средний балл учеников по школьным предметам на основе данных о продолжительности их обучения по дополнительным программам в художественных и спортивных секциях. Результаты анализа показали, что у детей с психическими нарушениями как в начальной, так и в средней школе продолжительность занятий в художественных секциях положительно связана с их школьной успеваемостью, что говорит о важности таких занятий для достиже-

ния успехов в обучении и, как следствие, для успешной адаптации к жизни после школы. Занятия в спортивных секциях значимо не сказываются на школьной успеваемости детей из данной выборки, но и не оказывают негативного влияния. Выводы исследования имеют практическую значимость для руководителей российских коррекционных школ, принимающих решения о необходимости развития дополнительного образования для учеников на базе своих учебных заведений.

Ключевые слова: структурированная внеучебная деятельность, успеваемость, дополнительные занятия, дети с ОВЗ, коррекционное образование, школа-интернат

В современном мире активно формируются и совершенствуются социальные институты, нацеленные на интеграцию в общество детей с ограниченными возможностями здоровья [1, с. 23], однако такие институты возникли сравнительно недавно. Только в конце XX в. мировое сообщество сумело кардинально изменить прежнюю законодательную систему, касающуюся прав лиц с ограниченными возможностями здоровья. В 1975 г. вступила в силу Декларация о правах инвалидов, в которой, помимо прочего, заявляются права инвалидов на поддержку, направленную на приобретение ими самостоятельности [14]. Таким образом, для реализации своих прав люди с ограниченными возможностями здоровья должны быть социализированы и иметь возможность получать качественное образование. Этот процесс начинается с детства и активно продолжается во время обучения в школе. В представленном в данной статье исследовании акцент делается на проблеме социализации и адаптации таких членов общества.

Сегодня российские дети с различными отклонениями обучаются по большей части в специальных (коррекционных) школах, хотя существуют и практики инклюзивного обучения в общеобразовательных школах. Данная работа фокусируется на одной из распространённых практик для обучения детей с особыми потребностями – школе-интернате. Для успешной социализации и адаптации к обществу и его потребностям для детей с нарушениями развития на базе учебных заведений организуются дополнительные занятия физкультурно-спортивной и художественной направленности, которые призваны развивать различные навыки школьников. Исследования в области социальных наук доказали, что структурированная дополнительная активность может положительно влиять на успехи в школьном обучении. Под такой активностью в представленной работе понимаются занятия, которые не являются обязательными для школьников, но проводятся на базе школы или учреждений дополнительного образования во внеучебное время под руководством компетентного педагога, учителя или тренера в соответствии с установленным расписанием [26, с. 4].

Несмотря на большой объём литературы, посвящённой проблемам развития подростков, исследованию дополнительных занятий уделяется недостаточно внимания [19, с. 161]. Кроме того, исследования допол-

нительных занятий школьников в основном проводятся на вторичных данных 1980-х гг., полученных на американских выборах школьников [32, с. 419].

Обоснование связи структурированных дополнительных занятий и успеваемости

Беккетт Брех одним из первых упорядочил социологические подходы к объяснению взаимосвязи между структурированными дополнительными занятиями учеников и их успеваемости в школе. Он приводит кардинально различные результаты исследований, по которым не все школьники, занятые в спортивных и художественных секциях во внеурочное время, получают одинаковый положительный эффект от этой активности: она может как влиять, так и не влиять на успехи в успеваемости [6, с. 71]. Наличие соперничающих механизмов объяснения и противоречивые результаты аналогичных исследований поддерживают актуальность изучения данной темы. Б. Брех описывает несколько социологических перспектив, которые теоретически обосновывают связь дополнительных занятий и школьной успеваемости.

Модель развития (Developmental model) опирается на индивидуальное развитие ученика. Брех [6] ссылается на книгу Коулмэна «Общество подростков» [10], где социолог пишет об индивидуальном развитии через спортивные занятия таких черт ученика, как трудовая этика, уважение к обладающим властью взрослым и настойчивость в достижении целей. Эти качества, по мнению Коулмэна, соотносятся с образовательными ценностями ученика, помогающими ему добиваться успехов в школьных занятиях. Ученики, которые занимаются спортом или другими видами дополнительной активности, приобретают разные навыки, способствующие развитию личности и успешности в других сферах жизни [31]. Например, дети, активно занимающиеся в спортивных секциях, должны быть трудолюбивыми для достижения результатов, которых от них требует тренер; у них развивается чувство уважения к наставникам (тренерам, педагогам) благодаря дисциплине. Отличие дополнительных занятий от школьного обучения заключается в том, что они предоставляют больше стимулов развиваться, ведь в противном случае ученик может быть отчислен и станет переживать чувство неудовлетворённости. Школа же является обязательным этапом в жизни каждого человека, поэтому мотивация к развитию проявляется слабее. Таким образом, модель развития объясняет, что при добровольном занятии дополнительными активностями школьники развивают личностные качества, которые помогают в школьном обучении [10]. Схожий механизм развития школьников был выделен и в работе Брэдли и Конвея. По мнению учёных, некогнитивные характеристики (в частности, мотивация) являются связующим звеном между занятостью структурированной дополнительной деятельностью и успехами в школе [5, с. 3].

Альтернативное объяснение, использующееся Коулмэном наравне с моделью развития, называется гипотезой «о лидерстве в толпе» [10]. Она представляет собой идею о том, что подросток, занимающийся спортом, имеет более высокий статус среди сверстников (peer status). Обладание этим положением даёт ученику место в группе школьных лидеров.

Высокий социальный статус, полученный благодаря членству в спортивных клубах, открывает спортсмену доступ к активному взаимодействию со школьными лидерами, что способствует более высоким оценкам по школьным предметам. Спортивные умения у детей и подростков могут служить катализатором дружбы между сверстниками, т. к. часто взаимодействие между незнакомыми ребятами изначально происходит на основе подвижных игр, и такое поведение ведёт к установлению дружеских связей [3, с. 774–775; 15]. Развитие идеи о том, что успешные подростки-спортсмены активнее взаимодействуют с лидерами по успеваемости в школах, продолжилось дискуссией о их связях со взрослыми, особенно учителями. Эти связи образуются за счёт социального статуса учеников-спортсменов [6, с. 72]. Таким образом, данные идеи вылились в объяснение положительной взаимосвязи участия в дополнительных занятиях и школьной успеваемости через социальные связи.

Более поздние исследования связи внеклассных занятий и успеваемости опирались на теорию социального капитала [4; 11; 25]. П. Бурдье писал, что социальный капитал – это совокупность фактических или потенциальных ресурсов, которые связаны с владением прочной сетью более или менее институционализированных отношений взаимного знакомства или признания [4]. Таким образом, данное понятие состоит из двух элементов. Во-первых, это социальные связи, которые открывают доступ к ресурсам, а во-вторых, – количество и качество этих ресурсов [30]. По Коулмэну, социальный капитал – это совокупность социальных структур, которая способствует определённому действию акторов внутри структуры [11]. Чем больше социальных связей у семьи, тем выше её статус. Это означает, что у детей в семьях с большим социальным капиталом больше возможностей овладевать умственными навыками и заниматься в спортивных школах. Родители семей из высших классов больше внимания уделяют развитию своего ребёнка, что позитивно влияет на его успехи в школе.

С точки зрения теории социального капитала, участие детей в дополнительных занятиях увеличивает их социальный капитал. Это происходит через интенсивное взаимодействие между детьми, родителями, тренерами в спортивных школах и преподавателями в образовательных учреждениях. Результатом этого становится активный социальный контроль, участие родителей и наставников в жизни ребёнка, а также получение школьниками новой информации и ресурсов, которые ведут к школьным успехам [6, с. 72].

Результаты исследования Б. Броха показали, что «модель развития» и «социальный капитал» успешно работают, в то время как «гипотеза о лидерстве» показала слабый медиационный эффект. Автор пишет,

что спорт действительно воспитывает характер ребёнка, и это влияет на его успехи в школе [6, с. 78]. Также Брех обнаружил, что социальный капитал сильнее влияет на оценки, чем на результаты по стандартизированным тестам. Это может объясняться тем, что социальный капитал играет более важную роль во взаимоотношениях ребёнка и его родителей со школой, чем непосредственно полученные в процессе обучения компетенции.

Участие школьников в дополнительной активности ведёт к целому ряду положительных последствий. Во-первых, такие занятия помогают ученику конструировать свою социальную сеть из сверстников, которые будут поддерживать его и в том числе помогать в школьных занятиях. Во-вторых, взаимодействие детей с компетентными взрослыми позволяет школьнику развивать навыки и умения, а также (в-третьих и в-четвёртых) оно открывает новые возможности реализации талантов и усиливает идентификацию со школой [22, с. 33]. Этот положительный результат участия в дополнительных занятиях позволяет подросткам, которые находятся на грани отчисления или своеговольного ухода из школы, принимать школьные ценности и усваивать социальные нормы.

Связь структурированных внеучебных занятий с успеваемостью в эмпирических исследованиях

Существующие теоретические объяснения положительной взаимосвязи между участием школьника в структурированных дополнительных занятиях и его успехами в обучении стали импульсом к проведению эмпирических исследований на различных выборках школьников в разных странах мира.

В одном из самых полных на сегодняшний день метаанализов по этой теме авторы делают вывод о наличии положительной связи между структурированными дополнительными занятиями и средним школьным баллом в исследованиях на американских выборках [19, с. 178]. Некоторые работы, включённые в метаанализ, не показали значимой связи между участием в дополнительных занятиях, но в них дополнительно уделяется внимание медиаторным переменным, включение которых может влиять на результаты исследований. Например, изучалась не только связь дополнительных занятий и оценок, но и связь с другими переменными, которые могут приводить к школьным успехам и развитию подростков. Авторы указывают на значимость занятий спортом и изобразительным искусством в уменьшении риска недоучиться в школе [28]. Более того, занятия дополнительными активностями, помимо положительного влияния на оценки, повышают устремление продолжить обучение в колледже после школы [13].

Более того, существуют эмпирические исследования, в которых ни один из исследовательских вопросов о разнице между учениками, занимающимися внешкольной деятельностью, и их умственными

навыками, измеренными стандартизированными тестами, не давал ответа о значимом влиянии дополнительных занятий на оценки [21]. Также взаимосвязь не всегда удаётся зафиксировать исследователям в других странах [32].

Некоторые учёные отмечали, что при исследовании дополнительных занятий школьников важно обращать внимание на форму внешкольной занятости [2]. Частные уроки и религиозные занятия, а также время, проведённое со взрослыми, может положительно коррелировать с успеваемостью, а время, потраченное на неконструктивные занятия с друзьями, может отрицательно влиять на школьные достижения [24]. В других исследованиях обращается внимание на различия в структурированных и неструктурированных занятиях. Наблюдается положительная связь структурированной занятости со школьными оценками, т. е. регулярного участия в активности под руководством взрослых, в то время как зафиксирован негативный эффект участия в неструктурированных занятиях на успеваемость в школе [27]. При сравнении различных видов структурированной деятельности на испанской выборке выяснилось, что школьники, занимающиеся академической активностью вместе с другими занятиями, получают более высокие оценки, чем те, кто занимается только спортом [29, с. 42]. На основе схожих результатов, полученных в Канаде, родителям рекомендуется поощрять участие своих детей в разнообразных внешкольных занятиях, т. к. это положительно влияет на их развитие и успехи [20].

В эмпирических исследованиях подчёркивается важность экономического, социального и культурного капиталов семей при рассмотрении внешкольных занятий. В таких работах делается акцент на образовании родителей (культурный капитал), а также на доходах семьи (экономический капитал). Исследователи включают в свои модели переменную «социально-экономический статус» (СЭС), которая является важным предиктором успехов ребёнка в школе: чем выше СЭС семьи, тем более высокие оценки получают дети [7]. Также эта переменная положительно связана с вероятностью ребёнка быть включённым в дополнительные занятия [12]. Однако в начальной школе был замечен тот факт, что дети из менее привилегированных семей получают больше пользы для своего развития от дополнительных занятий, т. к. у них выше мотивация постигать новые знания и обучаться навыкам [17]. В итоге даже при контроле переменной, измеряющей СЭС, участвующие в дополнительных занятиях ученики получают более высокие оценки по школьным предметам, что говорит о том, что СЭС не всегда является единственным фактором, влияющим на успехи в обучении [18].

Опосредованной переменной, которая иногда становится статистически значимой в исследованиях по этой теме, выступает пол школьников. Однако эффект такой переменной на академические успехи в зависимости от признаков конкретной выборки варьируется. Например, на некоторых американских выборках выяснилось, что мальчики в среднем получали более высокий балл по сравнению с девочками [16, с. 92].

Вместе с тем существуют подтверждения того, что дополнительные занятия спортом ведут к более высоким оценкам у девушек в старших классах, а на юношей этот эффект не распространяется [23, с. 105]. В выборке школьников из Гонконга академические достижения были значительно выше у девочек [7]. Таким образом, исследователи указывают на недостаток эмпирических свидетельств для формулирования однозначного ответа на вопрос о влиянии пола на успеваемость и баллы по стандартизированным тестам, что говорит о необходимости учитывать различные факторы в исследованиях по академическим успехам школьников [16, с. 77; 19, с. 182].

Методология исследования

Исследование было проведено в средней школе-интернате большого российского города федерального значения РФ с населением более 1 млн человек в первой половине 2018 г. Его эмпирическую базу составили статистические наблюдения об учениках начальной и средней школы-интерната для детей с нарушениями психического развития. При взаимодействии с администрацией школы были получены анонимизированные данные по ученикам начального и среднего уровня обучения. Учебное заведение, которое предоставило доступ к данным, было заинтересовано в проведении исследовательского проекта для анализа оценок детей и поиску взаимосвязи посещения структурированных дополнительных занятий, которые реализуются на базе школ, и успеваемости школьников. В выборку вошли 82 ученика с 3 по 8 классы. Часть детей, попавших в выборку, имеет хотя бы одного родителя или официального опекуна, что позволяет детям жить с родственниками, но среди всех школьников много детей из неблагополучных семей, постоянно проживающих в интернате. В этом случае администрация школы выполняет функции родителей и занимает свободное время детей секциями на выбор, предложенный отделом дополнительного образования. Однако и доступ к секциям для домашних детей остаётся открытым.

На момент проведения исследования в школе-интернате на выбор предлагались секции по двум большим направлениям: физкультурно-спортивные (мини-футбол, баскетбол, подвижные игры) и художественные (рисование, пение, лепка, театральное искусство, чтение). Для исследования были подсчитаны переменные, включающие суммарное количество учебных лет, затраченных на все занятия по каждому из видов активности. Например, если ребёнок только второй год занимается баскетболом, то у него переменная «количество лет занятий физкультурно-спортивной деятельностью» равняется 1,5, т. к. данные получены к середине учебного года. Если он занимается уже второй год баскетболом и первый год мини-футболом, то у него будет стоять значение 2 по этой переменной (1,5 года занятий баскетболом и пол-года футболом).

Массив данных также содержит информацию об успеваемости учеников, а именно: итоговые оценки по второй четверти 2017/18 учебного года по каждому предмету. В средней школе появилась проблема подсчёта среднего балла, т. к. в зависимости от класса отличалось количество предметов. Для этого были подсчитаны средний балл по всем дисциплинам по каждому ученику, а также средний балл только по тем предметам, которые изучаются на протяжении всех классов средней школы.

Далее для сопоставления подсчитанных разными методами средних оценок был проведён корреляционный анализ. Для учеников средней школы коэффициент корреляции Пирсона составил более 0,99 ($p < 0.01$). Таким образом, эти результаты позволяют пренебрегать оценками по отдельным предметам и брать для анализа средний балл по основным предметам.

Взаимосвязь между структурированными дополнительными занятиями и успеваемостью в данном исследовании изучалась методом линейного регрессионного анализа. В качестве независимых переменных в анализе используются данные об участии в дополнительных занятиях по разным направлениям. В качестве контрольных переменных использовались данные о поле ребёнка и порядковый номер класса (год обучения). Зависимой переменной во всех моделях является средний балл по основным предметам за первое полугодие.

Вся база данных поделена на две подвыборки для построения моделей по каждой из них в зависимости от уровня образования: отдельно по ученикам начальной (3–4 классы) и средней школы (5–8 классы).

Также была рассчитана статистическая «мощность» каждой значимой модели. Под мощностью понимается вероятность нахождения значимого эффекта по заданной выборке с заданным уровнем значимости, если этот значимый эффект на самом деле существует [9, с. 1–2]. При расчёте мощности использовался 5%-ный уровень значимости, данные о количестве наблюдений, количестве предикторов и коэффициент детерминации для каждой модели. Эти значения были включены в функцию «`pwr.f2.test`» (пакета «`pwr`» на языке программирования R) для получения значений статистической мощности [8]. Для проверки надёжности значимости независимых переменных дополнительно был проведён подсчёт доверительных интервалов благодаря многократной генерации выборок методом Монте-Карло (известный как «`bootstrap`»). Для линейной регрессии необходимо нормальное распределение зависимой переменной. При помощи теста Шапиро-Уилка было выявлено, что во всех подвыборках распределение значительно не отличается от нормального. Нулевая гипотеза не была отвергнута, т. к. p -value больше 0.05 во всех случаях.

Результаты исследования

По каждой из подвыборок было построено по 3 модели с переменными: средний балл, пол, год обучения, участие в спортивных и художественных занятиях. Переменные «проживание в интернате», «надомное

обучение» и «обладание статусом инвалида» не вошли в модели, т. к. детей с такими параметрами в данной подвыборке ничтожно мало (<5%) для осмысленного включения этих переменных в регрессионные уравнения. Также важно отметить, что переменные, содержащие информацию о продолжительности участия в художественных занятиях и занятиях спортом, не коррелируют между собой и могут быть использованы как предикторы в одной модели. Для сравнения моделей между собой использовалось изменение скорректированного коэффициента детерминации (R^2).

Результаты регрессионного анализа по обучающимся начальной школы с психическими нарушениями приведены в таблице 1. Все три модели по этой подвыборке значимо отличаются от моделей по тем же данным, но только с одной константой ($p < 0,01$). Таким образом, предикторы в этих моделях помогают объяснить большую дисперсию, чем модель без них. Константы во всех моделях являются значимыми на уровне $p < 0,01$.

В первую модель в качестве независимой переменной были включены данные о структурированных занятиях спортом. Эта переменная оказалась незначима, т. е. она не влияет на средний балл учеников в данной выборке. Модель показала значимость, помимо константы, только переменной «порядковый номер класса». Значимый коэффициент в графе «Класс 4» является положительным. Он сообщает, что ученики в четвёртых классах имеют более высокий средний балл по сравнению с учениками в третьих классах. Такая закономерность может быть связана с различными уровнями адаптации к школьным требованиям, что позволяет детям в 4-ом классе более ответственно относиться к школьному обучению. Модель 1 объясняет около 30% дисперсии.

Таблица 1 (Table 1)

Связь участия во внеучебных занятиях и успеваемости учеников начальной школы с задержками в психическом развитии ($n=31$)

Correlation between participation in extracurricular activities and performance of primary school students with mental retardation ($n=31$)

Независимые переменные	Средний балл		
	Модель 1	Модель 2	Модель 3
(Константа)	4,18118**	4,02875**	4,03460**
Пол мужской	-0,31460	-0,33774*	-0,33857
Класс 4 (реф. Класс=3)	0,35362*	0,47596*	0,47574*
Спортивные занятия	-0,02422	-	-0,02670
Художественные занятия	-	0,06445*	0,06448*
Скорректированный R^2 , %	30,07	39,92	37,66
p-value для F-статистики	0,005**	0,0007**	0,00233**
Мощность	0,82	0,95	0,90

Уровни значимости: ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$.

В модели 2 в качестве предиктора использовалось суммарное количество учебных лет, затраченных на занятия в художественных секциях, а в модели 3 – обе переменные: и художественные, и спортивные занятия. В обеих моделях занятия художествами имели положительный значимый коэффициент. Однако в модели 3 коэффициент детерминации оказался меньше из-за использования дополнительной переменной «спортивные занятия», которая не является значимой. Таким образом, модель 2 лучше всех объясняет эту подвыборку.

Итак, лучшая статистическая модель говорит о положительном влиянии художественных занятий на школьную успеваемость, и о том, что девочки в среднем получают более высокие оценки, чем мальчики, при прочих равных условиях. Таким образом, более высокий средний балл соотносится с занятиями в художественных секциях, женским полом и обучением в четвёртом классе.

Далее был проведён анализ по выборке среди детей с нарушениями в психическом развитии, обучающихся в средней школе (см. таблицу 2). Все три полученные модели с предикторами показали значительное улучшение по сравнению с моделями, где только константы ($p < 0,05$).

Таблица 2 (Table 2)

Связь участия во внеучебных занятиях и успеваемости учеников средней школы с задержками в психическом развитии ($n=51$)

Correlation between participation in extracurricular activities and performance of secondary school students with mental retardation ($n=51$)

Независимые переменные	Средний балл		
	Модель 1	Модель 2	Модель 3
(Константа)	4,37898**	4,32897**	4,32300**
Пол мужской	-0,45300**	-0,43371**	-0,42006**
Класс 6 (реф. Класс=5)	-0,14849	-0,25079	-0,26055
Класс 7 (реф. Класс=5)	-0,38290*	-0,36708*	-0,35827*
Класс 8 (реф. Класс=5)	-0,04612	-0,08775	-0,01043
Спортивные занятия	-0,03586	-	-0,05763
Художественные занятия	-	0,12370*	0,13330**
Скорректированный R ² , %	13,33	23,29	23,94
p-value для F-статистики	0,04*	0,004**	0,005**
Мощность	0,59	0,89	0,88

Уровни значимости: ** $p < 0,01$; * $p < 0,05$.

Независимой переменной в первой модели является участие в спортивных занятиях. Как и по аналогичной выборке в начальной школе, данный предиктор не показал значимой связи со средним баллом учеников. Помимо значимых констант во всех трёх моделях, значимым является и пол школьников. Как видно из таблицы 2, мальчики получают более низкий средний балл по сравнению с девочками. Также все

модели показывают меньший коэффициент для учеников седьмого класса по сравнению с учениками пятого класса. Это можно интерпретировать опять же разностью программ, которые изучают в 5 и 7 классах, что ведёт к разнице среднего балла.

Вторая модель включала в себя участие в структурированных художественных занятиях вместо спортивных в первой модели при тех же контрольных переменных. Третья модель объединила в себе участие в обоих типах дополнительных занятий. Результаты регрессионного анализа показали значимость положительного коэффициента у переменной «художественные занятия». Скорректированный коэффициент детерминации показывает, что модель с художественными занятиями, полом и годом обучения объясняет более 23% дисперсии данных по этой выборке.

Кроме того, были построены модели с теми же предикторами, но по всем ученикам, обучающимся в классах для детей с нарушениями психического развития. В данную подвыборку вошли 82 наблюдения (см. таблицу 3). Значимые модели с независимыми переменными показали, что средний балл связан с полом учеников и участием в художественных занятиях: ученики мужского пола получают более низкие оценки, а школьники, которые занимаются в секциях художественной направленности, получают более высокие оценки, чем те, которые в этих секциях не участвуют. Занятия спортом, как и в предыдущих моделях, оказались незначимы и не увеличивают средний балл учеников.

Таблица 3 (Table 3)

Связь участия во внеучебных занятиях и успеваемости учеников с задержками в психическом развитии (n=82)

Correlation between participation in extracurricular activities and performance of students with mental retardation (n=82)

Независимые переменные	Средний балл		
	Модель 1	Модель 2	Модель 3
(Константа)	4,25370***	4,02939***	4,02753***
Пол мужской	-0,39346***	-0,40040***	-0,39544***
Класс 4 (реф. Класс=3)	0,33202*	0,50091***	0,50763***
Класс 5 (реф. Класс=3)	0,06587	0,27390	0,27858
Класс 6 (реф. Класс=3)	-0,05295	0,07576	0,07379
Класс 7 (реф. Класс=3)	-0,29218*	-0,08215	-0,07313
Класс 8 (реф. Класс=3)	0,02081	0,18424	0,25562
Спортивные занятия	-0,03666	-	-0,04992
Художественные занятия	-	0,08554**	0,08828**
Скорректированный R ² , %	24,46	32,94	33,16
p-value для F-статистики	0,0002***	<0,001***	<0,001***
Мощность	0,99	0,99	0,99

Уровни значимости: ***p<0,001; **p<0,01; *p<0,05.

Целью исследования является подтверждение или опровержение на примере коррекционной школы теоретически обоснованного вывода о том, что дети, занимающиеся в дополнительных кружках и секциях, получают более высокие оценки.

Заключение

На основании проведённого исследования можно утверждать, что основная гипотеза о положительной взаимосвязи дополнительных занятий и успеваемости детей с психическими нарушениями подтвердилась, но оказался важен вид дополнительной деятельности. Значимыми для академических достижений оказались структурированные занятия в художественных секциях, которые как в начальной, так и в средней школе положительно коррелируют со средним школьным баллом учеников. Занятия в спортивных секциях значимо не связаны с успеваемостью на данной выборке. Однако важно заметить, что это также является хорошим результатом с точки зрения программ дополнительного образования, ведь спортивные занятия не показывают отрицательного влияния на школьные успехи: оценки учеников, занимающихся в свободное время спортом, статистически не отличаются от оценок им не занимающихся. Уделяя больше внимания дополнительным спортивным занятиям, ребята ориентируются на школьные успехи не меньше, чем их неспортивные одноклассники. Таким образом, внешкольная спортивная деятельность не оказывает негативного результата на школьное обучение. Ссылаясь на модель развития Коулмэна, можно предположить, что занятия в художественных секциях помогают ученикам приобретать такие компетенции, которые больше способствуют успешному освоению школьной программы [10]. Например, рисование воспитывает усидчивость и творческое мышление, театр – умение выступать перед публикой, а кружки по чтению развивают скорость восприятия информации и умение её интерпретировать. В спорте в основном развиваются физические навыки, что может способствовать успехам в физической культуре, которая не является основным предметом школьной программы. Также, ссылаясь на теории социального капитала, положительная взаимосвязь занятий в дополнительных секциях и школьной успеваемости может объясняться через приобретение учениками новых социальных связей с компетентными взрослыми. Взаимодействие с ними способствует социальному контролю над школьниками и их доступу к новой информации, что ведёт к более высокой успеваемости [6, с. 72].

Пол детей с психическими нарушениями оказался значимым и в начальной, и в средней школе. Выяснилось, что в данной выборке девочки имеют более высокие оценки по сравнению с мальчиками. На данный момент нельзя объяснить это различие, т. к. в других исследованиях влияние пола на успеваемость было различным. Следовательно,

полученный вывод можно распространить только на конкретную коррекционную школу. Для поиска ответа на вопрос о значимости пола необходимы дальнейшие исследования, в том числе и при помощи качественных методов, чтобы получить данные от педагогов, принимающих непосредственное участие в школьном учебном процессе.

Одним из ограничений данного исследования является отсутствие информации о социально-экономическом статусе учеников и их семей. Литературный обзор содержит подтверждения того, что такая переменная может иметь значение при исследованиях взаимосвязей дополнительных занятий и успеваемости, т. к. родители с более высоким социальным и экономическим статусом имеют больше возможностей для того, чтобы направить своего ребёнка заниматься спортом и другой дополнительной деятельностью. Однако в данной работе исследуется кейс коррекционной школы, в которой секции открыты в основном только для воспитанников этого учебного заведения, и занятия в которых осуществляются на бесплатной основе. Таким образом, в данной ситуации СЭС не является решающим фактором для записи в секции.

Подводя итоги, можно сказать, что у детей с особыми потребностями наблюдается положительный эффект от дополнительных структурированных занятий, что согласуется с исследованиями среди детей из общеобразовательных школ. Внешкольная активность является одним из важных факторов, влияющих на успешное усвоение школьной программы, что объясняется социологическими теориями и подтверждается эмпирически. Выводы анализа участия детей в дополнительных занятиях и их успеваемости могут быть восприняты коррекционными образовательными учреждениями для совершенствования программ дополнительного образования.

Библиографический список

1. Малофеев Н. Н. Особый ребенок – вчера, сегодня, завтра (Образование и психолого-педагогическая помощь детям с ограниченными возможностями здоровья в XXI веке). М.: Институт коррекционной педагогики, 2007. 145 с.

2. Abizada A., Gurbanova I., Iskandarova A., Nadirzada N. The Effect of Extracurricular Activities on Academic Performance in Secondary School: The Case of Azerbaijan // International Review of Education. 2020. Vol. 66. № 4. P. 487–507. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11159-020-09833-2>

3. Bailey R. Sport, Physical Activity and Educational Achievement – Towards an Explanatory Model // Sport in Society. 2017. Vol. 20. № 7. P. 768–788. DOI: <https://doi.org/10.1080/17430437.2016.1207756>

4. Bourdieu P. The Forms of Capital. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education. N. Y.: Greenwood Press, 1985.

5. Bradley J. L., Conway P. F. A Dual Step Transfer Model: Sport and Non-sport Extracurricular Activities and the Enhancement of Academic Achievement // *British Educational Research Journal*. 2016. Vol. 42. № 4. P. 703–728. DOI: <https://doi.org/10.1002/berj.3232>
6. Broh B. A. Linking Extracurricular Programming to Academic Achievement: Who Benefits and Why? // *Sociology of Education*. 2002. Vol. 75. № 1. P. 69–95. DOI: <https://doi.org/10.2307/3090254>
7. Byun S., Pong S.. Children’s Highbrow Cultural Activities and Academic Achievement in Hong Kong // *Research in the Sociology of Education*. 2016. Vol. 19. P. 123–148. DOI: <https://doi.org/10.1108/S1479-353920150000019006>
8. Champely S. Package ‘pwr’. March 17, 2020. Basic Functions for Power Analysis // URL: <https://cran.r-project.org/web/packages/pwr/pwr.pdf> (дата обращения: 15.11.2020).
9. Cohen J. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Hillsdale, N.J: Routledge. 1988. 400 p.
10. Coleman J. S. *The Adolescent Society: The Social Life of the Teenager and Its Impact on Education*. N. Y.: Free Press of Glencoe, 1961.
11. Coleman J. S. Social Capital in the Creation of Human Capital // *American Journal of Sociology*. 1988. Vol. 94. P. S95–S120. DOI: <https://doi.org/10.1086/228943>
12. Covay E., Carbonaro W. After the Bell: Participation in Extracurricular Activities, Classroom Behavior, and Academic Achievement // *Sociology of Education*. 2010. Vol. 83. № 1. P. 20–45. DOI: <https://doi.org/10.1177/0038040709356565>
13. Darling N., Caldwell L. L., Smith R. Participation in School-based Extracurricular Activities and Adolescent Adjustment // *Journal of Leisure Research*. 2005. Vol. 37. № 1. P. 51–76.
14. Declaration on the Rights of Disabled Persons Proclaimed by General Assembly Resolution 3447 (XXX). 1975 // URL: <http://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/RightsOfDisabledPersons.aspx> (дата обращения: 15.11.2020).
15. Denault A. S., Poulin F. Predictors of Adolescent Participation in Organized Activities: A Five-Year Longitudinal Study // *Journal of Research on Adolescence*. 2009. Vol. 19. № 2. P. 287–311. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1532-7795.2009.00597.x>
16. Dumais S. A. Cohort and Gender Differences in Extracurricular Participation: The Relationship Between Activities, Math Achievement, and College Expectations // *Sociological Spectrum*. 2008. Vol. 29. № 1. P. 72–100.
17. Dumais S. A. Elementary School Students’ Extracurricular Activities: The Effects of Participation on Achievement and Teachers’ Evaluations // *Sociological Spectrum*. 2006. Vol. 26. № 2. P. 117–147. DOI: <https://doi.org/10.1080/02732170500444593>

18. Eccles J. S. et al. Extracurricular Activities and Adolescent Development // *Journal of Social Issues*. 2003. Vol. 59. № 4. P. 865–889.
19. Feldman A. F., Matjasko J. The Role of School-Based Extracurricular Activities in Adolescent Development: A Comprehensive Review and Future Directions // *Review of Educational Research*. 2005. Vol. 75. P. 159–210. DOI: <https://doi.org/10.3102/00346543075002159>
20. Forneris T., Camiré M., Williamson R. Extracurricular Activity Participation and the Acquisition of Developmental Assets: Differences Between Involved and Noninvolved Canadian High School Students // *Applied Developmental Science*. 2015. Vol. 19. № 1. P. 47–55. DOI: <https://doi.org/10.1080/10888691.2014.980580>
21. Fulmer A. Investigating Relationships Between Academic Achievement and After School Programs in a High School Environment (Doctoral dissertation). University of South Carolina, 2013. 92 p.
22. Gilman R., Meyers J., Perez L. Structured Extracurricular Activities among Adolescents: Findings and Implications for School Psychologists // *Psychology in the Schools*. 2004. Vol. 41. № 1. P. 31–41. DOI: <https://doi.org/10.1002/pits.10136>
23. Hanson S. L., Kraus R. S. Women, Sports, and Science: Do Female Athletes Have an Advantage? // *Sociology of Education*. 1998. Vol. 71. № 2. P. 93–110. DOI: <https://doi.org/10.2307/2673243>
24. Jordan W. J., Nettles S. M. How Students Invest their Time outside of School: Effects on School-related Outcomes // *Social Psychology of Education*. 1999. Vol. 3. № 4. P. 217–243. DOI: <https://doi.org/10.1023/A:1009655611694>
25. Lin N. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press. 2002. 298 p.
26. Mahoney J. L., Larson R. W., Eccles J. S. *Organized Activities as Contexts of Development: Extracurricular Activities, After School and Community Programs*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. 2005. 565 p.
27. McHale S. M., Crouter A. C., Tucker Corinna J. Free-Time Activities in Middle Childhood: Links with Adjustment in Early Adolescence // *Child Development*. 2003. Vol. 72. № 6. P. 1764–1778. DOI: <https://doi.org/10.1111/1467-8624.00377>
28. McNeal R. B. Extracurricular Activities and High School Dropouts // *Sociology of Education*. 1995. Vol. 68. № 1. P. 62–80. DOI: <https://doi.org/10.2307/2112764>
29. Moriana J. A. et al. Extra-curricular Activities and Academic Performance in Secondary Students // *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*. 2006. Vol. 4. № 1. P. 35–46.
30. Portes A. Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology // *Annual Review of Sociology*. 1998. Vol. 24. № 1. P. 1–24.

31. Rehberg R. A. Behavioral and Attitudinal Consequences of High School Interscholastic Sports: A Speculative Consideration // *Adolescence*. 1969. Vol. 4. № 13. P. 69–88.

32. Shulruf B., Tumen S., Tolley H. Extracurricular Activities in School, Do They Matter? // *Children and Youth Services Review*. 2008. Vol. 30. № 4. P. 418–426. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chilyouth.2007.10.012>

Статья поступила 15.11.2020

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Морозов Илья Сергеевич, магистр социологии, аспирант факультета социальных наук, департамент социологии, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.704

Sociological Approach to the Analysis of Structured Extracurricular Activities and School Performance Among Children with Disabilities

Iliia S. Morozov

National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

E-mail: imorozov@hse.ru

ORCID ID: 0000-0002-7652-1254

For citation: Morozov I. S. Sociological approach to the analysis of structured extracurricular activities and school performance among children with disabilities.. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 170–187. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.704

Abstract. The article discusses the correlation between structured extracurricular activities and the performance of children with disabilities. This interrelation is theoretically substantiated and studied in various social sciences, including sociology. The positive relationship of these variables can be explained through the prism of sociological theories, thanks to the scientific work of sociologists Coleman, Bourdieu and Portes. The author provides an overview of the theoretical rationale for the positive impact of extracurricular activities on student performance at school: “development models”, Coleman’s hypothesis “on leadership in the crowd”, the concept of “social capital”.

The correlation between structured extracurricular activities and academic achievement is also supported by empirical research around the world. However, at the moment, insufficient attention has been paid to studying this issue on groups of children with disabilities, for whom additional classes are an important resource for adaptation to social life, including after receiving secondary education. The discussion about the interconnection of these parameters is rarely traced in the field of the social sciences either.

The sample of the field study carried out by the author included students from correctional programmes at a boarding school in a Russian city with a population of one million. Using the method of linear regression analysis, models were built in which the students average score in school subjects was predicted based on data on the duration of their studies in additional programmes in art and sports. The results of the analysis showed that the duration of classes in art sections is positively associated with the school performance of children with mental disorders both in primary and secondary school, that indicates the importance of such classes for achieving success in learning and, as a result, for successful adaptation to life after school. Activities in sports clubs do not significantly affect the school performance of children from this sample, but neither they have a negative impact. The conclusions obtained by the author are of practical importance for the heads of Russian correctional schools, who make decisions on the need to develop additional education for students on the basis of their educational institutions and for the state authorities supervising these institutions.

Key words: structured extracurricular activities, academic achievements, after-school trainings, children with disabilities, special education, boarding school

References

1. Malofeev N. N. *Osobiy rebenok – vchera, segodnja, zavtra (Obrazovanie i psihologo-pedagogicheskaja pomoshch' detiam s ogranichennymi vozmozhnostiami zdorov'ja v XXI veke) [Special Child – Yesterday, Today, Tomorrow (Education and Psycho-pedagogical Assistance to Children with Disabilities in the XXI Century)]*. Moscow: GNU «Institut korrekcionnoy pedagogiki», 2007. 145 p. (In Russ.)
2. Abizada A., Gurbanova I., Iskandarova A., Nadirzada N. The Effect of Extracurricular Activities on Academic Performance in Secondary School: The Case of Azerbaijan. *International Review of Education*. 2020. Vol. 66. No. 4. P. 487–507. DOI: 10.1007/s11159-020-09833-2
3. Bailey R. Sport, Physical Activity and Educational Achievement – Towards an Explanatory Model. *Sport in Society*. 2017. Vol. 20. No. 7. P. 768–788. DOI: 10.1080/17430437.2016.1207756
4. Bourdieu P. The Forms of Capital. *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*. New York: Greenwood Press. 1985. P. 241–58
5. Bradley J. L., Conway P. F. A Dual Step Transfer Model: Sport and Non-sport Extracurricular Activities and the Enhancement of Academic Achievement. *British Educational Research Journal*. 2016. Vol. 42. No. 4. P. 703–728. DOI: 10.1002/berj.3232
6. Broh B. A. Linking Extracurricular Programming to Academic Achievement: Who Benefits and Why? *Sociology of Education*. 2002. Vol. 75. No. 1. P. 69–95. DOI: 10.2307/3090254
7. Byun S., Pong S. Children's Highbrow Cultural Activities and Academic Achievement in Hong Kong. *Research in the Sociology of Education*. 2016. Vol. 19. P. 123–148. DOI: 10.1108/S1479-353920150000019006
8. Champely S. Package 'pwr'. March 17, 2020. Basic Functions for Power Analysis. Accessed 15.11.2020. URL: <https://cran.r-project.org/web/packages/pwr/pwr.pdf>
9. Cohen J. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. Hillsdale, N.J, Routledge. 1988. 400 p.
10. Coleman J. S. *The Adolescent Society: The Social Life of the Teenager and Its Impact on Education*. New York, Free Press of Glencoe. 1961. 368 p.
11. Coleman J. S. Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*. 1988. Vol. 94. P. 95–120. DOI: 10.1086/228943
12. Covay E., Carbonaro W. After the Bell: Participation in Extracurricular Activities, Classroom Behavior, and Academic Achievement. *Sociology of Education*. 2010. Vol. 83. No. 1. P. 20–45. DOI: 10.1177/0038040709356565
13. Darling N., Caldwell L. L., Smith R. Participation in School-based Extracurricular Activities and Adolescent Adjustment. *Journal of Leisure Research*. 2005. Vol. 37. No. 1. P. 51–76.
14. Declaration on the Rights of Disabled Persons Proclaimed by General Assembly Resolution 3447 (XXX). 1975. Accessed 15.11.2020. URL: <http://www.ohchr.org/EN/ProfessionalInterest/Pages/RightsOfDisabledPersons.aspx>
15. Denault A. S., Poulin F. Predictors of Adolescent Participation in Organized Activities: A Five-Year Longitudinal Study. *Journal of Research on Adolescence*. 2009. Vol. 19. No. 2. P. 287–311. DOI: 10.1111/j.1532-7795.2009.00597.x
16. Dumais S. A. Cohort and Gender Differences in Extracurricular Participation: The Relationship Between Activities, Math Achievement, and College Expectations. *Sociological Spectrum*. 2008. Vol. 29. No. 1. P. 72–100.
17. Dumais S. A. Elementary School Students' Extracurricular Activities: The Effects of Participation on Achievement and Teachers' Evaluations. *Sociological Spectrum*. 2006. Vol. 26. No. 2. P. 117–147. DOI: 10.1080/02732170500444593
18. Eccles J. S. et al. Extracurricular Activities and Adolescent Development. *Journal of Social Issues*. 2003. Vol. 59. No. 4. P. 865–889.
19. Feldman A. F., Matjasko J. The Role of School-Based Extracurricular Activities in Adolescent Development: A Comprehensive Review and Future Directions. *Review of Educational Research*. 2005. Vol. 75. P. 159–210. DOI: 10.3102/00346543075002159

20. Forneris T., Camiré M., Williamson R. Extracurricular Activity Participation and the Acquisition of Developmental Assets: Differences Between Involved and Noninvolved Canadian High School Students. *Applied Developmental Science*. 2015. Vol. 19. No. 1. P. 47–55. DOI: 10.1080/10888691.2014.980580
21. Fulmer A. Investigating Relationships Between Academic Achievement and After School Programs in a High School Environment (Doctoral dissertation). University of South Carolina. 2013. 92 p.
22. Gilman R., Meyers J., Perez L. Structured Extracurricular Activities among Adolescents: Findings and Implications for School Psychologists. *Psychology in the Schools*. 2004. Vol. 41. No. 1. P. 31–41. DOI: 10.1002/pits.10136
23. Hanson S. L., Kraus R. S. Women, Sports, and Science: Do Female Athletes Have an Advantage? *Sociology of Education*. 1998. Vol. 71. No. 2. P. 93–110. DOI: 10.2307/2673243
24. Jordan W. J., Nettles S. M. How Students Invest their Time outside of School: Effects on School-related Outcomes. *Social Psychology of Education*. 1999. Vol. 3. No. 4. P. 217–243. DOI: 10.1023/A:1009655611694
25. Lin N. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press. 2002. 298 p.
26. Mahoney J. L., Larson R. W., Eccles J. S. *Organized Activities as Contexts of Development: Extracurricular Activities, After School and Community Programs*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. 2005. 565 p.
27. McHale S. M., Crouter A. C., Tucker Corinna J. Free-Time Activities in Middle Childhood: Links with Adjustment in Early Adolescence. *Child Development*. 2003. Vol. 72. No. 6. P. 1764–1778. DOI: 10.1111/1467-8624.00377
28. McNeal R. B. Extracurricular Activities and High School Dropouts. *Sociology of Education*. 1995. Vol. 68. No. 1. P. 62–80. DOI: 10.2307/2112764
29. Moriana J. A. et al. Extra-curricular Activities and Academic Performance in Secondary Students. *Electronic Journal of Research in Educational Psychology*. 2006. Vol. 4. No. 1. P. 35–46.
30. Portes A. Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology. *Annual Review of Sociology*. 1998. Vol. 24. No. 1. P. 1–24.
31. Rehberg R. A. Behavioral and Attitudinal Consequences of High School Interscholastic Sports: A Speculative Consideration. *Adolescence*. 1969. Vol. 4. No. 13. P. 69–88.
32. Shulruf B., Tumen S., Tolley H. Extracurricular Activities in School, Do They Matter? *Children and Youth Services Review*. 2008. Vol. 30. No. 4. P. 418–426. DOI: 10.1016/j.childyouth.2007.10.012

The article was submitted on: November 15.2020

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Ilya S. Morozov, Master in Sociology, PhD student at Faculty of Social Sciences, School of Sociology, National Research University Higher School of Economics, Moscow, Russia

НОВОСТИ НАУКИ

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.705

Обсуждение вопросов социальной безопасности и социальной защиты населения в современных условиях

Статья подготовлена в рамках государственного задания
(проект «Россия и Внутренняя Азия: динамика геополитического,
социально-экономического и межкультурного взаимодействия»)

Ссылка для цитирования: Антонова Н. С., Бадараев Д. Д., Бадонов А. М. Обсуждение вопросов социальной безопасности и социальной защиты населения в современных условиях // Вестник Института социологии. 2021. Том 12. № 1. С. 188–194. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.705.

For citation: Antonova N. S., Badaraev D. D., Badonov A. M. Discussion of issues of social security and social protection of the population in modern conditions. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 188–194. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.705



**Антонова
Надежда Сергеевна¹**

¹ Бурятский государственный университет им. Доржи Банзарова,
Улан-Удэ, Россия

nsantonova@yandex.ru

AuthorID РИНЦ: 503432



**Бадараев
Дамдин Доржиевич¹**

¹ Институт монголоведения буддологии и тибетологии СО РАН,
Улан-Удэ, Россия

damdin80@mail.ru

AuthorID РИНЦ: 266422



**Бадонов
Алексей Маланович¹**

¹ Бурятский государственный университет им. Доржи Банзарова,
Улан-Удэ, Россия

badonov@mail.ru

AuthorID РИНЦ: 266510

Международная научно-практическая конференция «Социальная безопасность и социальная защита населения в современных условиях» состоялась 27 ноября 2020 г. в столице Республики Бурятия г. Улан-Удэ. В её работе приняли участие исследователи из разных городов России (Москва, Санкт-Петербург, Владивосток, Кызыл, Улан-Удэ) и стран ближнего и дальнего зарубежья (Казахстан, Монголия, Китай). Конференция является ежегодной на протяжении уже многих лет. Тема мероприятия позволяет привлекать специалистов из разных отраслей науки и обсуждать актуальные проблемы социальной безопасности и социальной защиты населения в современных условиях. В этом году конференция была посвящена 20-летию социально-психологического факультета и 25-летию открытия специальности «Социальная работа» в Бурятском государственном университете им. Доржи Банзарова.

Основным организатором конференции выступил Бурятский государственный университет (БГУ). Соорганизаторами выступили Министерство социальной защиты населения Республики Бурятия (МСЗН РБ), Монгольский государственный университет (МонГУ), Евразийский национальный университет им. Л. Н. Гумилева (ЕНУ).

Активными участниками выступили представители Института социологии Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук (ИС ФНИСЦ РАН), Социологического института (СИ) РАН – филиала ФНИСЦ РАН, Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы, Дальневосточного федерального университета (ДВФУ), Института монголоведения, буддологии и тибетологии (ИМБТ) СО РАН, Восточно-Сибирского государственного университета технологий и управления (ВСГУТУ), Западно-Казахстанского университета им. М. Утемисова (ЗКУ, Казахстан), Кокшетауского государственного университета им. Ш. Уалиханова (КГУ, Казахстан), Института философии Академии наук Монголии (ИФ АНМ), Монгольского национального университета коммерции и бизнеса, Монгольского международного университета «Идэр». В условиях пандемии коронавирусной инфекции работа конференции проводилась в онлайн-режиме на платформе Zoom. Было проведено пленарное заседание, затем работа продолжилась в секциях.

На открытии конференции с приветственными словами выступили ректор Бурятского государственного университета им. Доржи Банзарова **Н. И. Мошкин**, заместитель министра социальной защиты населения Республики Бурятия **А. Н. Кириллов**, директор Института социальных исследований Монгольского государственного университета **О. Мунхбат**.

С приветственными словами и поздравлениями выступили выпускники социально-психологического факультета разных лет: заместитель председателя Центрального банка России **Р. Н. Вестеровский**, Уполномоченный по правам человека в Республике Бурятия **Ю. В. Жамбалова**, заместитель министра спорта и молодежной политики РБ **Т. В. Парпаева**, управляющий региональным отделением

Фонда социального страхования Российской Федерации по Республике Бурятия **Е. С. Беньш**, председатель Комитета Верховного Хурала (парламента) Республики Тыва по развитию внешнеэкономических и межрегиональных связей **Ч. А. Каминов**.

На пленарном заседании **А. Н. Кириллов** (МСЗН РБ) выступил по проблеме повышения эффективности социальной работы с одинокими пожилыми гражданами и инвалидами. Он отметил важность развития пилотного проекта по созданию системы долговременного ухода за гражданами пожилого возраста и инвалидами в Республике Бурятия. **В. А. Одинокова** (СИ ФНИСЦ РАН) в соавторстве с Бамбаевой Д. В. (ЦСПСД Адмиралтейского района г. Санкт-Петербург) осветила результаты исследования жизненных траекторий детей из семей, находящихся на обслуживании в центрах социальной помощи семье и детям в Санкт-Петербурге. Опыт исследования жизненных траекторий позволил идентифицировать важные направления повышения эффективности профилактики безнадзорности и правонарушений несовершеннолетних в Санкт-Петербурге и широко использовался для внедрения в практику новых подходов к работе с семьёй и детьми в трудной жизненной ситуации и социально-опасном положении. Глубокий анализ проблем неравенства в системе среднего образования Монголии был представлен в докладе профессора **О. Мунхбата** (МонГУ).

Проблемам нелегальной миграции на Дальнем Востоке посвятила своё выступление **А. В. Винокурова** (ДВФУ). По мнению А. В. Винокуровой и её соавтора **К. Н. Сердюкова**, для сокращения нелегального сектора трудовой миграции, помимо устоявшегося упора на внешние ограничительные барьеры, особое внимание следует уделить институциональным преобразованиям, разработке и реализации ряда внутренних административных и законодательных мер, способствующих переходу из нелегального в легальное русло. Особо важным представляется следующее: движение к «прозрачности» рынка труда, полнота контроля и смещение его акцента с самих нелегальных мигрантов на их работодателей, применение системы организованного набора мигрантов в отношении стран, имеющих безвизовый режим с Россией.

Выступление **Э. К. Бийжановой** (ФНИСЦ РАН) было посвящено состоянию и перспективам развития креативного класса (КК) в местных приграничных сообществах. Автор считает, что на сегодняшний день сложно говорить о наличии и/или развитии креативного класса в малом приграничном городе России, учитывая, что, во-первых, само понятие сложно поддаётся эмпирической верификации. Во-вторых, для его наличия и/или развития необходим ряд социально-экономических, инфраструктурных и управленческих оснований, которые давали бы возможность удерживать творческих людей в малом городе и которые, к сожалению, существуют не во всех приграничных городах, большая их часть находится в депрессивном состоянии. В-третьих, согласно Р. Флориде, КК – это развитие индивидуалистических настроений, тогда как творческие устремления социально и экономически активной

части населения приграничных территорий России наиболее позитивно развиваются в консолидированной группе, где удовлетворена потребность в социальном соучастии, взаимной поддержке и взаимодействии на всех уровнях.

Доктор юриспруденции **К. С. Абдилов** (ЕНУ им. Л. Н. Гумилёва) выделил медиацию как один из основных институтов снижения социальной конфликтности населения. **К. С. Абдилов** и **А. М. Туленова** сделали выводы о том, что медиация является более широким терминологическим определением, нежели просто посредничество, обозначающим форму разрешения конфликта. Оно включает в себя следующие элементы: посредничество как средство, определяющее природу медиации; конфликт как необходимая предпосылка и предмет разрешения; процедура или форма как элемент, аккумулирующий в себя порядок и условия медиации. **Д. Д. Бадараев** (ИМБТ СО РАН) рассмотрел динамику миграционных движений и социально-трудовые установки жителей Республики Бурятия. Автор считает, что наблюдается прекаризация регионального рынка труда, что обусловлено развитием различных форм самозанятости населения, активным включением высококомобильного населения в межрегиональные и международные миграционные трудовые потоки. Глобальные кризисы, в частности пандемия Covid-19, оказали комплексное турбулентное влияние на рынок труда республики, на социально-трудовые установки жителей и возможности миграционного перемещения трудоспособного населения. Новые реалии поставили мир, страну и регионы перед новыми вызовами и угрозами, которые ещё предстоит изучить и дать соответствующую комплексную оценку в обозримом будущем.

Работа конференции продолжилась в трёх секциях. На секции «Социальная безопасность в условиях трансформации современного общества» были рассмотрены различные аспекты социальной безопасности, начиная с продовольственной и заканчивая информационной безопасностью современного общества. Были представлены доклады **Н. С. Антоновой** (БГУ им. Д. Банзарова) «Восприятие социальной безопасности незащищёнными группами населения», **А. В. Роговой** и **Н. В. Левченко** (ИС ФНИСЦ РАН) «Дополнительное образование как фактор формирования социальной активности молодёжи», **И. Е. Якимова** (ДВФУ) «Государственная политика в сфере развития социального предпринимательства», **И. Д. Ван** (ИМБТ СО РАН) «Проблема безработицы и адаптационные стратегии населения Республики Бурятия» и др.

Исследование, проведённое **А. В. Роговой** и **Н. В. Левченко** показало, что дополнительное образование востребовано среди современной молодёжи. Молодые люди, проживающие в исследуемых малых городах, активно посещают дополнительные кружки и спортивные секции, выступают в соседних регионах и государствах, а некоторые из них продолжают обучение именно в творческой сфере. Участие в деятельности молодёжных объединений, волонтёрских и других организаций, экологических и патриотических кружках способствуют вовлечению

молодёжи в индивидуальные и коллективные гражданские акции, тем самым способствуя решению конкретных социально значимых проблем малого города.

В докладе И. Д. Ван представлены выводы, что население Республики Бурятия действует рационально, используя имеющиеся доступные ресурсы, а при отсутствии таковых усиливаются трудовые нагрузки, причём даже в том случае, если часть населения не имеет постоянной занятости. Высокий уровень рисков безработицы приводит к выбору малоэффективных адаптационных стратегий, которые позволяют их приверженцам лишь «удержаться на плаву». Для наращивания активов и ресурсов расширения жизненных возможностей необходимо интегрировать в адаптационные стратегии кардинально новые методы.

На секции «Социальная защита населения; состояние и тенденции развития» наибольший интерес вызвали доклады **Д. В. Бамбаевой** (ЦСПСД Адмиралтейского района г. Санкт-Петербург) «Технологии работы с детьми-сиротами и детьми, оставшимися без попечения родителей (на примере Центра социальной помощи семье и детям Адмиралтейского района Санкт-Петербурга)», **О. В. Котомановой** (БГУ им. Д. Банзарова) «Добровольческая деятельность студентов как форма занятости и социальной поддержки граждан в современный период», **Ёндон Ундрал** и **Даваадорж Номун-Эрдэнэ** (ИФ АНМ) «Результаты мониторинга социальной программы “Здоровье–2020” города Улан-Батор» и других выступающих.

По мнению **О. В. Котомановой** и **Н. С. Антоновой**, самой распространённой и важной в иерархии потребностей среди исследованной выборки волонтеров, является потребность в самовыражении, так как добровольческая деятельность предоставляет действительно хорошие ситуации и варианты для развития себя и как личности, и как профессионала.

По данным исследования, проведенного **Ёндон Ундрал** и **Даваадорж Номун-Эрдэнэ**, жители района Чингэлтэй г. Улан-Батор (Монголия) могут получить информацию о медицинском обслуживании через разные каналы. Но самое главное – это активное участие самих жителей, их стремление улучшить своё здоровье и вести здоровый образ жизни. На получение медицинской помощи влияют такие негативные факторы, как длинные очереди, бюрократия, плохое качество медицинского обслуживания, часто меняющиеся участковые врачи, которые являются первой ступенью в медицинском обслуживании.

На секции «Психологическая безопасность личности» доклады представили **Т. Ц. Тудупова** (БГУ им. Д. Банзарова) «К вопросу о скорой психологической помощи онлайн в ситуации пандемии», **Д. Гантэмэр** (Монгольский государственный торгово-промышленный университет) «Психологическая безопасность личности в условиях образовательной среды», **Р. А. Муканова**, **М. Б. Калижанова** и **Шаривхан Жарденбек**

(КГУ им. Ш. Уалиханова) «Психологическая безопасность личности», Ю. Ю. Асалханова (БГУ им. Д. Банзарова) «Интернет-активность и психологическая безопасность ребёнка» и др.

Интерес участников конференции вызвал доклад Т. Ц. Тудуповой, отметившей, что в ситуации пандемии актуализируется значимость оказания психологической помощи в режиме онлайн. Психологическую помощь онлайн можно получить как в формате аудио- или видеоконсультации, так и в чате или по e-mail, а также можно обсудить проблему на форуме психологической поддержки. Формы работы онлайн могут быть как индивидуальными, так и групповыми, при этом у данных форм есть плюсы и минусы, достоинства и недостатки, которые следует учитывать психологу, работающему в режиме онлайн.

В 2020 г. доклады ежегодной международной научно-практической конференции посвящены не только важным проблемам социальной безопасности, трансформации, модернизации общества, но и кризисной ситуации, связанной с пандемией COVID-19. Доклады учёных и практиков основывались на материалах эмпирических исследований различных категорий граждан, находящихся в трудной жизненной ситуации, а также исследований, касающихся изучения состояния агрессии, дискриминации, динамики миграционных движений, информационной, психологической, экономической безопасности и т. д.

Особый интерес вызывают работы исследователей, направленные на изучение проблем самоизоляции в современный период, её влияния на семью, личность, общество, добровольческую деятельность и социальную поддержку граждан. Не менее интересными представляются исследовательские работы, касающиеся социально-психологической адаптации студентов к дистанционному обучению в современных условиях, интернет-активности и психологической безопасности ребёнка, эмоционального выгорания медицинских работников и практических психологов, социальной защиты и поддержки граждан в условиях пандемии.

В завершающей части международной конференции подведены итоги мероприятия, принята резолюция, содержащая основные документы конференции об актуальности, участниках, выработаны рекомендации для органов власти и образовательных и академических учреждений по проблемам социальной безопасности в современном мире. Юбилейная конференция объединила в онлайн-режиме специалистов-практиков, исследователей и представителей образовательных структур из разных городов России и ближнего зарубежья. Актуальность вопросов социальной безопасности и социальной защиты в условиях новой реальности, несомненно, важна. Участники конференции были солидарны в желании расширить и активизировать научные исследования в рамках межрегионального и международного сотрудничества высших учебных заведений и научных организаций.

Статья поступила 12.12.2020

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Антонова Надежда Сергеевна, кандидат социологических наук, доцент, заведующий кафедрой теории социальной работы, Бурятский государственный университет им. Доржи Банзарова, Улан-Удэ, Россия.

Бадараев Дамдин Доржиевич, кандидат социологических наук, доцент, старший научный сотрудник, Институт монголоведения, буддологии и тибетологии СО РАН, Улан-Удэ, Россия.

Бадонов Алексей Маланович, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры теории социальной работы, Бурятский государственный университет им. Доржи Банзарова, Улан-Удэ, Россия.

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.705

Discussion of Issues of Social Security and Social Protection of the Population in Modern Conditions

The article was prepared within the framework of a state assignment (the project “Russia and Inner Asia: dynamics of geopolitical, socio-economic and intercultural interaction”)

Nadezhda S. Antonova

Buryat State University, Ulan-Ude, Russia

E-mail: nsantonova@yandex.ru

ORCID ID: 0000-0002-9239-8575

Damdin D. Badaraev

Institute for Mongolian, Buddhist and Tibetan Studies, Siberian Branch of RAS, Ulan-Ude, Russia

E-mail: damdin80@mail.ru

ORCID ID: 0000-0001-8173-7175

Alexey M. Badonov

Buryat State University, Ulan-Ude, Russia

E-mail: badonov@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-9669-9893

For citation: Antonova N. S., Badaraev D. D., Badonov A. M. Discussion of issues of social security and social protection of the population in modern conditions. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 188–194. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.705

The article was submitted on: December 12.2020

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Nadezhda S. Antonova, Candidate of Sociological sciences, Associate professor, Head of the Department of Theory of Social Work, Buryat State University, Ulan-Ude, Russia

Damdin D. Badaraev, Candidate of Sociological sciences, Associate professor, Senior Researcher, Institute for Mongolian, Buddhist and Tibetan Studies, Siberian branch of the Russian Academy of Sciences, Ulan-Ude, Russia

Alexey M. Badonov, Candidate of Sociological sciences, Associate professor, Department of Theory of Social Work, Buryat State University, Ulan-Ude, Russia

НОВОСТИ НАУКИ

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.706

Обзор методологических подходов к анализу трансформации аграрного рынка труда в современной России

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 19-111-50370

Ссылка для цитирования: Муханова М. Н. Обзор методологических подходов к анализу трансформации аграрного рынка труда в современной России // Вестник Института социологии. 2021. Том 12. № 1. С. 195–214. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.706.

For citation: Mukhanova M. N. Review of methodological approaches to the analysis of the transformation of the agricultural labor market in modern Russia. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 195–214. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.706



**Муханова
Мария Николаевна¹**

¹ Институт социологии ФНИСЦ РАН,
Москва, Россия

mukhanova_m@rambler.ru

AuthorID ПИНЦ: 169610

Аннотация. Статья посвящена отечественным исследованиям трансформации аграрного рынка труда в постсоветский период. Исследователи российского села отражают свои результаты в публикациях в основном описанием проблем, связанных с российским селом и аграрным рынком труда: разрушения инфраструктуры на сельских территориях, бедность, безработица, взаимодействие старых и новых субъектов производства СХО, КФХ, ЛПХ и агрохолдингов, потери связи селян с сельхозпредприятиями, их модели адаптации и трудового поведения. Эти процессы послужили методологическим сопровождением анализа и эмпирическим свидетельством того, как осознанно селяне изменяли социальные и трудовые практики под натиском институциональных трансформаций и модернизации сельского хозяйства. На основе выбора рациональных моделей поведения на рынке труда они трансформировали социальную структуру села под давлением ценностей рыночной экономики, новых правил и норм институциональных требований. Современные процессы в АПК в условиях трансформации собственности способствовали формированию новой аграрной структуры, сконструированной новыми субъектами (актерами). В многоукладной экономике взаимодействуют новые и старые субъекты производства. Они являются важными «игроками» на институциональном поле аграрного сектора, влияя, таким образом, на социально-структурные процессы на рынке труда. Это определило новую конфигурацию социальных групп сельского населения, занятых в формальном и неформальном секторах.

Ключевые слова: российское село, исследователи, рынок труда, теоретико-методологические подходы, субъекты сельскохозяйственного производства, агропромышленный комплекс (АПК), социально-структурные процессы, институты

Рыночные преобразования привели к масштабным изменениям социальной структуры российского общества. В числе прочих трансформаций можно отметить и то, что качественно изменились социально-экономическое положение и статус большинства сельских жителей. Новое поколение селян выросло в условиях специфичности момента сельского мира, когда уходят традиционные формы хозяйствования и исчезают привычные контуры социальной структуры села. По данным сельскохозяйственной переписи 2016 г., количество занятых в сельском хозяйстве в РФ сократилось с 10,5 млн в 1990 г. до 1,3 млн в 2016 г. Эти процессы радикально изменили социальную структуру села, основанную на изменении отраслевой занятости в АПК [21].

Насколько важно развитие сельского хозяйства, показали условия чрезвычайной ситуации в мире (например, пандемия). Поэтому, когда возникли риски, обуславливающие поведенческие практики ажиотажного спроса среди населения, только заполненные необходимыми сельхозпродуктами закрома остановили этот процесс. Сегодня РФ является самым крупным поставщиком пшеницы и круп на мировой рынок, и спрос на её экспортную продукцию растёт. Это говорит о том, что АПК в таких дестабилизирующих условиях, как пандемия, характеризуется устойчивостью и способностью к мобилизации.

Каким образом исследователи осуществляли методологическое сопровождение исследований, насколько их анализ адекватно отражал реальность аграрного рынка труда и социально-структурные процессы российского села, каков их вклад в аграрную социологию? Ответы на эти вопросы позволят прочувствовать моменты, увидеть признаки конструирования будущего облика сельских территорий и дальнейшие пути их исследования как одной из ключевых сфер национальной безопасности страны.

В статье представлен обзор публикаций в рамках аграрной социологии, выполненных на междисциплинарном уровне, а также анализ методологической базы исследований в области изучения аграрного рынка труда в России в постсоветский период. Обзор методологических подходов к анализу аграрного рынка труда формировался на исследовательских практиках, основанных на методологии, соединяющей аналитические и экспертные, количественные и качественные методы исследования. Это позволило выявить модели социального и трудового поведения сельского населения, характерные для них типы социального действия, детерминирующие динамику изменения социально-структурных процессов на аграрном рынке труда.

Российские исследователи в качестве методологического сопровождения для анализа процессов рынка аграрного труда привлекают не только отечественные, но и зарубежные труды П. Бурдьё, А. Шюца, К. Поланьи, Д. Редфилда, Д. Норта, Э. де Сото, Р. Бачинича и др. Это говорит о том, что проблемы российского села являются частью общемирового аграрного процесса.

Выбор исследовательских подходов для анализа аграрного рынка труда основан на нескольких методологических посылах. Используемые методы демонстрируют содержание тех или иных явлений, верифицированных в количественных оценках, которые проявляются как типичные в процессах, конструирующих реальность российского села. На количественные оценки явлений влияют институциональные процессы. Экономическая активность коллективных и индивидуальных субъектов определяет трудовое и социальное поведение селян в социально-структурных процессах российского села. Эти явления как следствия институциональных изменений, социально-экономических условий и среды стали объектами изучения и анализа рынка труда АПК.

Такие явления, как «неаграрное трудовое отходничество» и «депрофессионализация» [9], «институциональные ловушки» [15] и «симбиоз хозяйственных укладов» [43] определили этапы функционирования и изменения аграрного рынка труда. «Институциональное давление» как регулятор новых образцов поведения [49], «программа ЛПХ» как самоопределение выживания и технологии ведения хозяйства [30], «изменения концентрации и уровня занятости в отраслях АПК», основанные на потребности в рабочей силе [21], сопровождают методологический анализ трансформации аграрного рынка труда. Показаны причины, условия и последствия развития сельских территорий.

Большой вклад внесли в исследования российской деревни исследователи, представившие результаты общего анализа аграрных преобразований в постсоветский период (акционирование сельскохозяйственных предприятий, приватизация земли, становление и развитие фермерства, формирование агрохолдингов, аграрная политика), что кардинально изменило аграрный рынок труда [9; 14; 15; 27; 32; 45; 36]. Социокультурные и экономические процессы сельских территорий как географического пространства, состояние и развитие на них аграрных субъектов рассматриваются в работах географов и экономистов-аграриев [6; 7; 26; 42].

Школа крестьяноведения Т. Шанина стала явлением в аграрной социологии, где ценностные измерения и проблема культурно-цивилизационного транзита российской деревни стали основными исследовательскими детерминантами в условиях трансформации государства [35; 46]. Впоследствии его ученики на основе методологии «двойной рефлексивности», объединяющей качественно-количественный интерфейс и методы вживания в сельскую среду, провели исследования в различных регионах [10; 28; 43].

Аграрная социология выросла из осознания актуальности сельской проблематики, присущей социальной истории России. Её формирование ведёт отсчёт со времён научной и организационной деятельности А. Чайнова [1]. В 1970-е гг. мощный исследовательский импульс, толчок к методологическим разработкам аграрной проблематики советской деревни дали сибирские учёные во главе с Т. И. Заславской [19].

Исследования были нацелены на программу развития советского села, ибо уже в 1960–70 гг. наблюдался рост миграции сельского населения в города.

В дальнейшем исследовательскую традицию новосибирской школы продолжили З. Калугина с коллегами и воплотили её в работах, посвящённых исследованию трансформации российского села в рыночных условиях. Развитие и состояние сельских территорий на примере Новосибирской области [16] рассматриваются на основе географической концепции эволюции сельской местности Т. Нефедовой [26], которая состоит из пяти стадий и соответствует этапам урбанизации сельской территории.

По мнению авторов, «сельское развитие Новосибирской области соответствует среднеурбанизационной стадии. Для него также характерны зональная дифференциация развития территорий, стягивание производства и населения к мегаполису» [16, с. 39]. Эти процессы детерминируют состояние рынка труда с низкой зарплатой работников предприятия, отсутствием квалифицированных кадров, слабым менеджментом, недооценкой рабочей силы и являются мощными «выталкивающими» факторами. «Ситуация усугубляется дисперсностью сельского расселения, порождающей анклавизацию сельского рынка труда. При этом для сельского рынка труда характерна застойная безработица с высокой долей молодёжи» [16, с. 44]. В этих условиях основным источником дохода для сельских жителей стали личное подсобное хозяйство (ЛПХ) и социальные пособия.

Таким образом, кризис формального сектора, вызванный аграрными реформами, расширил сферы занятости в неформальном секторе, что определяет «институциональные ловушки», которые рассматриваются З. Калугиной как «обусловленное институциональными преобразованиями устойчивое существование неэффективных норм поведения, которые, в свою очередь, поддерживают устойчивое существование неэффективных общественных институтов» [15, с. 266]. К таким «ловушкам» относятся «мелкотоварное производство», «хроническая убыточность сельскохозяйственных предприятий», «низкая цена труда и сельская бедность» [15, с. 266–268], детерминирующие функционирование аграрного рынка труда.

О. Фадеева понятие «симбиоз хозяйственных укладов» использует как методологическое сопровождение анализа институциональных трансформаций АПК и его рынка труда, что выявило мотивации, модели экономического и трудового поведения селян, обусловленных рациональными практиками взаимодействия с формальными институтами (сельхозпредприятиями). В их основе находятся заданные рынком «отношения собственности, нацеленные на максимизации доходов и эффективного использования ресурсов» [43, с. 99]. Автор, рассматривая эти модели взаимодействия, дифференцирует их на: 1) «паразитический симбиоз», когда из-за отсутствия нормальной системы оплаты наёмного труда для привлечения ресурсов введения ЛПХ селянин осуществляет бесконтрольный переток ресурсов из предприятия [43, с. 103]; 2) «паритетный

симбиоз» – модель взаимодействия, основанную на учёте интересов субъектов хозяйствования в рамках корпоративно-патерналистских, семейно-потребительских, семейно-предпринимательских укладов и характеризующуюся частичным переходом от раздаточных механизмов к рыночным [43, с. 106]; 3) «корпоративно-предпринимательский» уклад, основу которого составили реально реорганизованные коллективные хозяйства и вновь созданные вертикально интегрированные структуры – агрохолдинги, а также выдержавшие конкуренцию фермерские хозяйства». Они «нацелены не на выживание, а на развитие, подразумевающее получение прибыли, расширение и повышение эффективности и продуктивности производства с целью завоевания рынка» [43, с. 119].

В монографии П. Великого, изданной по результатам исследований по проектам РГНФ 2003–10 гг., анализируются итоги аграрных реформ за 20 лет [9]. Состояние аграрного рынка труда и его перспективы демонстрируются через разработанную методологию типологии сельских поселений, дифференцированных на три типа сельских сообществ [9, с. 75–76]. Главными критериями являются индикаторы, характеризующие социально-демографический состав и уровень его способности к воспроизводству, состояние человеческого капитала, экономическое состояние хозяйств разного профиля, что стало методологическим сопровождением анализа процессов на аграрном рынке труда и прогноза дальнейшего развития сельских поселений.

Адекватность индикаторов формирования типологий состояния сельских территорий подтвердилась результатами экспертного опроса. По мнению опрошенных, выявились три типа сельских сообществ: первый – благополучные в отношении воспроизводства человеческого капитала и экономически устойчивые хозяйства – набрал не более 1%. Второй тип – несбалансированное в социально-демографическом отношении поселение – составил 60%. Третий тип – неблагополучный по всем критериям – 39% [9, с. 78].

Автор отмечает, что «признак людности» и благополучный «демографический состав» могут сопровождаться другими неблагоприятными институциональными процессами, например, отсутствием в течение долгого времени хозяйствующего субъекта. И даже в случае возникновения многопрофильного производства на селе как условия создания предпосылок стабильности жизни в идеальном варианте можно принять, но в обозримом будущем никакой надежды на его реализацию нет» [9, с. 76].

П. Великий подчёркивает, что реформы рыночной экономики не предусматривали решение главного вопроса жизни селян – занятости для всех категорий трудоспособного населения. Рынок не принял селян, их выживание было построено на самообеспечении. Это ключевой момент того, как менялся мир сельского пространства, и важнейшая характеристика условий процесса адаптации селян. Следствием стал ответ-вызов: по данным социологического опроса, 70% селян не хотят работать в сельском хозяйстве [9, с. 118], но в условиях рыночных преобразований в российском варианте они продолжили вести привычный

образ жизни в основном из-за отсутствия опыта рыночных практик трудового поведения [9, с. 155–158]. Вот типичное объяснение бывших сельских тружениц: *«Мы наработались и к тому же почти бесплатно»* [9, с. 119]. Автор приводит интервью различных слоёв селян и многолетний уникальный дневник селянки, пытавшейся в этих условиях адаптироваться (2003 г.): *«Всё отмирает в деревне. ...Колхоз наш, наверное, рухнет. Не платят зарплату с мая месяца, техника ломается. Опять поставили нового директора. Два кармана набили – теперь третий...»*. И все последующие 7 лет та же ситуация. Она изменилась, когда пришёл частный инвестор [9, с. 155–158].

Исследования в других регионах наглядно демонстрируют эти типичные формы организации работы сельхозпредприятий, состояние рынка труда и трудового поведения большинства селян: *«И работы нет, совершенно. Всё распродали, разрушили. Консервный завод продали, сада нету, мельницы продали. Кирпичный завод разрушили. Утятник был, курятник был – ничего не осталось. Овчарня была большая – сейчас нету. И людям негде работать... Он всё кряду продаёт. Вот, пионерский лагерь продал»*. [12, с. 87–88]. *«Председатель колхоза всё продал и уехал»*, *«Не было хозяина, руководству было выгодно самому обогатиться, о людях никто не думал»* [43, с. 109]. Эти условия были не только продолжением привычного образа жизни, но и надеждой, ожиданием на лучшие перемены в селе.

Данные процессы и обусловили феномен неаграрного отходничества. П. Великий один из первых обратил внимание на данный процесс как новый тип трудового поведения селян, получивший широкое распространение на рынке труда АПК: работа в несельскохозяйственных отраслях, вахтовым методом в крупных городах – Москве, Санкт-Петербурге [8].

Анализируя сложившуюся социальную структуру на аграрном рынке труда, П. Великий отмечает, что её частично можно описать в терминах неовебериянской модели. Советская типология рабочего класса и крестьянства не соответствует современным реалиям из-за статусной декомпозиции практически всех групп сельского населения [9, с. 252–253]. Методологически рефлексировав, автор приходит к выводу, что основополагающие понятия и терминологию в аграрной социологии необходимо привести в соответствие с их современными значениями и смыслами, сделать адекватными целям их использования в новых условиях. Поэтому понятия «крестьяне», «личное подсобное хозяйство», «крестьянское хозяйство» автор обозначает как «потерявшие органическую связь с содержанием этих объектов познания» [9, с. 226–231].

Институционализованный советский профессиональный структура села – это зоотехники, агрономы, пастухи, чабаны, гуртоправы, доярки, телятницы и др., жившие своей жизнью, конструировавшие повседневную жизнь и биографии миллионов селян российской деревни как явления. Сегодня они уходят [21]. На смену им приходят феномены «раскрестьянивание», «неаграрное отходничество», «миграция», «латифундия», «цифровизация», «менеджеры», «предприниматели»,

«операторы». Эти понятия как новые ценности социальной и трудовой практики в рыночных условиях, присутствуя в реальности, объективировались и стали вызовом на рынке аграрного труда.

Города выступили центром притяжения и социального успеха для большинства селян, способом «продвижения к желанному месту в социальном пространстве в лабиринтах социальной структуры» [13]. Несмотря на тяжёлые условия быта бывших селян в городах (коммуналка или койко-место в общежитии), зарплата у них стала в разы или в десятки раз больше. Они почувствовали живые деньги, то, чего не было у них, когда они годами работали на сельхозпредприятиях. Это стало вызовом-ответом на действия аграрных институтов и рынка труда (агрохолдинги, латифундии и т. д.).

«Итак, русское крестьянство сегодня уходит. Прячется. Крестьянство завершает свой цивилизационный маршрут вместе со своей оснасткой» [10, с. 30]. Так В. Виноградский констатирует «голосами снизу», нарративами селян своё авторское видение новой социальной реальности российского села на основе 30-летних исследований. Автор, применяя феноменологический подход и качественные методы – глубокие интервью сельских жителей и включённое наблюдение в различных регионах РФ – обогащает информацией процессы, происходящие на рынке аграрного труда.

Целью работы, по заверению автора, было «увидеть, зафиксировать и понять движущуюся материю крестьянской повседневности. Запечатлеть и сохранить подробности и детали крестьянских социальных миров...», которые «бесповоротно и окончательно уходят с цивилизационной сцены. Пристально наблюдая за деревней, приходится констатировать, что минувшие десятилетия – это последняя осень корневого русского крестьянства. Разумеется, она наступила не вдруг. Для такого поворота событий существует объективная социально-историческая основа. Просто пришло время. ... Деревня понемногу испаряется с демографической карты» [10, с. 30].

Автор, анализируя нарративы селян, приходит к выводу о капитальном разрушении форм и параметров традиционного сосуществования, когда ценности рационализма и прагматизма стали основными факторами влияния на деревенские жизненные практики: «... растерянность перед жёсткой новизной рыночных отношений. Разорванность нынешних соседских связей..., что указывает на некие существенные сдвиги, произошедшие в нынешней деревенской жизни. А именно: человеческие связи рвутся, распадаются. И в труде, и в соседском общении, и в быту» [11, с. 147–148; 12, с. 147–148]. Эти процессы на основе трансформации сознания и ценностей, конструирующих индивидуальность, автор наглядно и достоверно передаёт через «уникальное интервью» свидетельства процесса возникновения другого сельского человека, которого сразу и не заметили. Каждое слово респондента несёт глубокую смысловую нагрузку происходящих событий. «... Так что не успел я оглянуться, молодёжь выросла, поднялась на ноги, начала заниматься своими жиз-

нями. Она цепляется за жизнь, эта молодёжь, но мне в этой ихней жизни уже нет места. Нет тёплого и удобного места! И вот я сижу и думаю: “О-о, ё-моё, я ещё толком не жил, а уже оказался не у дел!” Меня уже потихоньку из нынешних связей и знакомств оттесняют. Время пришло – и меня на обочину выкидывают. И не люди это делают, а время. Время, которое сменилось...». Далее он рассуждает о современном поколении: «Мы дрались край на край. А сейчас не дерутся, более культурно всё. Но всё это как-то холодно, расчётливо» [11, с. 150–151; 12, с.150–151]. Таким образом, смена акторов, выражающаяся в том, что одного актора с традиционным сознанием, с системой психологических, экономических и социальных отношений сменяет другой актер со своей культурой производства, потребления и образцов социального поведения.

Поэтому «в перестроечный и постперестроечный периоды обнаружилось, что ортодоксальные рецепты либерализации села, связанные с рыночной реорганизацией колхозов и насаждением за их счёт крестьянско-фермерских хозяйств, не срабатывают, потому что село к этому времени оказалось фатально раскрестьяненным и бюрократизированным» [28, с. 244].

Тем не менее, по мнению Д. Б. Эпштейна, «в 90-е годы, в период общего падения в сельском хозяйстве, в отличие от других городских отраслей, его работники в меньшей доле покидали место проживания и работы. Сохранялись кадры руководителей и работников, способных поднимать отрасль» [48, с. 13], что обусловило опережающий рост сельского хозяйства по сравнению с другими отраслями [48, с. 4]. Это позволило некоторым региональным властям, например, в Белгородской области, использовать местные ресурсы для модернизации АПК [33, с. 4–7].

И даже в этом случае, когда в 2000-е гг. Белгородскую область также затронули процессы миграции и отходничества, «заявленная потребность в работниках превышала общую численность сельских безработных в 1,7 раза». В целом в 2012 г. около 6 млн селян не работают и не ищут работу. В 18 субъектах РФ заявленная потребность в работниках больше численности зарегистрированных безработных в 2–3 раза» [44, с. 254]. Исследования, проведённые в сёлах на юге РФ в 2018 г. (в Калмыкии, Астраханской и Волгоградской области, Ставропольском крае), выявили, что только 5–7% селян работают в сельскохозяйственных предприятиях [23, с. 137].

Рассмотрим исследование на примере Белгородской области. С основной задачей этого методологически грамотного исследования с «эмпирическим доказательством теоретической модели институциональных изменений» успешно справился коллектив НИУ ВШЭ под руководством проф. А. Эфендиева, уделив «особое внимание ... взаимодействию ценностно-культурных и принудительно-практических механизмов в процессах институциональных изменений» [49, с. 69, 72].

Сконструированная теоретическая модель институциональных изменений стала методологическим сопровождением анализа влияния институтов на социальные практики и поведение селян в современных

процессах, которая была апробирована, доказана на панельных эмпирических исследованиях. «Результаты исследований утверждают, что действия индивида определяются не столько его внутренними установками и предпочтениями, сколько массовыми практическими стандартами поведения, требованиями и ограничениями, налагаемыми на индивида извне, со стороны институциональной среды» [50, с. 99].

Методологические установки и эмпирические результаты данного исследования стали ответом на вопрос в дискуссии других исследователей, почему рынок не принял селян [9, с. 81].

Результаты указанного исследования показывают, как трансформирующее российское АПК с регулируемыми институциональными условиями и средой оказывают на селян давление, характеризуемое как «способность принудить актора к выполнению ожидаемых правил игры» [49, с. 70]. Они оказывают влияние на взаимодействие разных социальных групп, различающихся своими интересами и ресурсной обеспеченностью.

Авторы приходят к выводу, что «в результате упразднения колхозного производства и создания агрохолдингов коренным образом преобразовалась социальная структура. Доля сельских жителей, занятых в сфере аграрного производства, резко сократилась (с 69% трудоспособного населения в 2000 г. до 28% в 2013 г.). Увеличилось число лиц, занятых на предприятиях в городе – до 16% трудоспособного населения. Произошёл рост работников бюджетной сферы и коммерческих предприятий несельскохозяйственного профиля. Сформировался слой индивидуальных предпринимателей (около 6% трудоспособных селян). Социальная гомогенность российского села ушла в прошлое. Изменился уровень материальной обеспеченности. Семьи, обладающие необходимыми санитарно-бытовыми условиями, централизованным отоплением, легковыми автомобилями, стали массовым явлением» [49, с. 72]. Результаты анализа исследований на российской выборке подтверждают эти данные [21].

Сконструированные переменные, измеряющие установки селян по отношению к дисциплинарным практикам, показали «снижение распространённости негативных социальных практик. Возникла новая трудовая институциональная среда, обеспечившая высокий контроль над дисциплиной работника и преодоление хищений и пьянства» в агрохолдингах [49, с. 74].

Как трансформировались старые институты на российском селе, какие правила игры стояли за ними в условиях рыночных преобразований. Ответы на эти вопросы дают исследования В. Узуна и Н. Шагайды. Ключевой тезис, влиявший на процессы трансформации аграрного рынка труда, заключается в том, что «экономисты-аграрники тратили годы на критику проводимых реформ, но не предлагали путей адаптации системы хозяйства к новым условиям», т. к. они подходили с позиций традиционной советской плановой экономики. Перемены во внутриколхозной и внутрисовхозной организации труда практически не выходили

за пределы форм организаций, возникших ещё в начале 1930-х... [41, с. 27, 35]. Между тем требовались новые знания для разработки норм и правил перехода от плановой экономики к рыночной.

На состояние и развитие сельского хозяйства оказало влияние то, что «аграрная реформа проводилась фактически без информационной работы среди руководящих работников сельхозорганизаций, без финансовой поддержки. Постепенно реформирование как процесс сознательного преобразования аграрной сферы перестал быть приоритетом государства» [41, с. 57].

Это и обусловило неоднозначные процессы на аграрном рынке труда, при которых вузы готовят, казалось бы, достаточное количество специалистов сельского хозяйства с высшим образованием, а в АПК ощущается их острый дефицит – около 80 тыс. чел. [42, с. 16]. Большинство руководителей сельхозпредприятий до сих пор не проходят переподготовку, как показывают исследования в Сибири. Например, в Новосибирской области из 440 руководителей сельхозпредприятий четверть не имеют высшего образования (26%), а треть не имеют даже профильного (30,5%) [3, с. 30]. В результате, по истечении 10 лет реформ «субъекты политики вынуждены признать, что вместо неэффективного государственного сектора экономики после реформирования они получили неэффективный частный сектор» [15, с. 25] на рынке труда. И эту проблему надо было решать.

Поэтому государство в 2006–7 гг. в стремлении модернизации сельского хозяйства пыталось в рамках Приоритетного национального проекта (ПНП) «Развитие АПК» поддержать ЛПХ кредитными ресурсами. Какова идеология и какие цели преследовало государство, поддерживая архаичный, малоперспективный уклад? Ответы на эти вопросы дают исследования О. Оберемко из НИУ ВШЭ, проведённые в Краснодарском крае на основе качественной методологии. Методом глубинных интервью им было опрошено 70 владельцев ЛПХ, КФХ, получивших кредитную поддержку ПНП «Развитие АПК». Автор отмечает, что «от исследования, проведённого в качественной стратегии, не следует ожидать типологии, построенной на объективных основаниях, и тем более количественной оценки распространённости выделенных типов» [30, с. 8]. Тем не менее исследование отразило тенденции и направления развития ЛПХ. Эти результаты близки и коррелируют с результатами анализа исследования РМЭЗ НИУ-ВШЭ 1994–2010 гг. [22].

Пожалуй, это одна из редких работ – не клонов, где разработанный инструментарий, методология, опыт и анализ результатов исследования стали эмпирическим свидетельством влияния ценностных ориентаций на модели поведения селян в хозяйственной деятельности сельских домохозяйств на базе ЛПХ. Выявленные механизмы в технологии ведения хозяйств позволили увидеть глубину содержания процессов функционирования ЛПХ и их роль в формировании неформального сектора на рынке труда АПК. Автор на основе значимых ресурсов (экономических, социальных, человеческих, ценностно-мотивационных) конструи-

рует типологию ЛПХ как «качественно различающихся целевых групп ПНП» [30, с. 8]. На основе самоопределения интегрирующего понятия «программа» ЛПХ дифференцируются на программу выживания «надо как-то кормиться», программу семейного развития «надо детей поднимать» и программу развития бизнеса [30, с. 11]. Анализируя взаимодействия ЛПХ с сельхозпредприятиями как формального сектора с неформальным, Оберемко констатирует, что «неформальная экономика этого типа в российской деревне не только сохранилась из-за слабости формального сектора, но даже расширилась...» [31, с. 102].

По мнению С. Климовой, ПНП был также направлен на развитие «нового экономического института кредитных кооперативов, позволяющего решить проблему отсутствия денег в сельскохозяйственном производстве (особенно в мелкотоварном)» [17, с. 36]. С точки зрения В. Староверова, рассматривающего процессы раскрестьянивания как новый этап в постсоветский период, обусловленный либеральной политикой, ПНП не обошёлся без коррупционных схем [37, с. 32].

В этих условиях на тот период уже сформировался российский олигархический бизнес, который после дефолта 1998-го и девальвации рубля, изменился в пользу сельскохозяйственного производителя. Сельским хозяйством стали заниматься агрохолдинги, основанные крупными финансовыми структурами и сырьевыми компаниями, «скупающими на корню в гигантских масштабах местное сельскохозяйственное производство, ставящими под свой экономический контроль местные сельские элиты путём банкротства их предприятий или выплаты им отступного» [29, с. 278–279]. К ним присоединились сформировавшиеся к этому периоду эффективные сельхозпредприятия, оказавшиеся «на плаву», руководители которых имели опыт работы в АПК и навыки профессиональных менеджеров, что позволило им прибыльно вести бизнес.

Всего в стране на аграрном рынке насчитывается около 700 агрохолдингов [4, с. 66] с крупномасштабным производством на роботизированном, высоко технологичном оборудовании, изменивших рынок аграрного труда. Активный рост агрохолдингов в 2000-е гг. рассматривается исследователями как приоритетная задача аграрной политики в условиях импортозамещения [4; 26; 25; 43; 40]. Авторы в рамках экспертного анализа и на основе собственных эмпирических исследований акцентируют внимание на роли агрохолдингов в социально-экономической дифференциации субъектов сельскохозяйственного производства и их влиянии на трансформацию рынка труда АПК. Они, располагая разными объёмами ресурсов, отличаются по своим интересам при взаимодействии с государством.

По мнению С. Барсуковой, АПК «воспроизводит модель совхозов, но в капиталистическом варианте российских латифундий, где гигантомания сочетается с корпоративной бюрократией и индустриальной дисциплиной... Агрохолдинги активно зачищают площадку от всякой “мелочи” в виде фермерских или личных подсобных хозяйств», а их «размер бизнеса конвертируется в “весовую категорию”, определяющую

шансы на успех в переговорах с властью» [4, с. 64–65]. При этом «специфические условия отдельных регионов влияют на структуру и динамику формирования локальных рынков землепользования и, в частности, на концентрацию земли у представителей крупного агробизнеса». В 2017 г. на 49 агрохолдингов суммарно приходилось 11660 тыс. га земли. [24, с. 132, 136].

С точки зрения Д. Эпштейна, образование агрохолдингов позволило сделать существенный сдвиг в развитии сельского хозяйства – от ЛПХ потребительского типа к крупным высокотоварным хозяйствам [47, с. 278–279]. К ним можно причислить крупные рентабельные СПК и КФХ, независимые от агрохолдингов. Это обусловило сокращение импорта и рост экспорта сельскохозяйственной продукции.

Работники агрохолдингов должны владеть знаниями по цифровым технологиям, поэтому в привлечении сельского населения в качестве рабочей силы не было необходимости. Это ускорило процессы раскрестьянивания, отходничества и развития неформального сектора [21; 34; 38]. Тем не менее агрохолдинги также сталкиваются с проблемой острого кадрового дефицита [2; 20; 39]. Таким образом, эти субъекты конструируют социально-структурные процессы на аграрном рынке труда и развитие сельских территорий.

Несмотря на либеральные принципы минимального влияния государства на экономику, российское правительство максимально включилось в развитие сельского хозяйства, понимая, что это, прежде всего, национальная безопасность. Поэтому государство с 1999 г. сделало ставку на крупные агрохолдинги и стало в них инвестировать, предоставляя крупные кредитные ресурсы. По мнению вышеперечисленных исследователей, аграрная политика в настоящий период формируется лоббистами крупных агрохолдингов.

Каким же на этом фоне видится будущее российского села? Рынок труда АПК, включённый в систему производства сельских территорий, сместится в города и крупные райцентры в связи с развитием технологий сельского хозяйства и промышленной переработки сельхозпродукции. По мнению экспертов, через 15–20 лет на сельском пространстве останутся райцентры (или посёлки городского типа), где немногочисленное население вахтовым методом будет работать на полях и фермах. Создаётся новый эффективный тип аграрного производства с потребностью в кадрах в 1–1,5 млн человек. [21, с. 75].

Расчёты аграриев показывают, что замещение лиц пожилого возраста сельской молодёжью, вступающей в трудоспособный возраст в 2010 г., составило 86,8%, а к 2020 г. оно упадёт до 15% [18, с. 34]. По расчётным оценкам демографов, по пессимистическому варианту, с учётом миграции и результатов пенсионной реформы прогнозируется снижение численности трудоспособного сельского населения РФ к 2045 г. до 17,9 млн человек [5, с. 155].

Заключение

Научная значимость и ценность вышеперечисленных исследований заключается в активном участии авторов в исследовательском поле в качестве наблюдателей, интервьюеров. Поэтому их работы отличаются методологической проницательностью и выразительностью, восполняют пробелы в социологическом понимании и познании основных тенденций в развитии современной агросферы, свидетельствуют о процессах трансформации и модернизации российского села. Исследования показывают, как безвозвратно уходит старое и приходит новое, когда наряду с современными моделями производства и потребления, основанными на консьюмеристских ценностях, меняются модели социального и трудового поведения селянина.

Методологические стратегии исследователей села опираются преимущественно на институциональные и феноменологические подходы. Институциональные процессы рассматриваются на основе изменения поведенческих практик с учётом социально-экономических познаний. Степень изученности проблемы (социологической ситуации) до построения модели анализа как гипотезы определяется данными разведки поля.

Появление новых субъектов сельхозпроизводства, несмотря на их издержки, обусловленные ограничением занятости селян в их структурах, модернизировало АПК в отрасль российской экономики, стремящейся к мировым стандартам. Тем не менее, по мнению исследователей и экспертов, необходима взвешенная политика для обеспечения присутствия всех игроков на рынке сельхозпроизводства: как крупных, так и малых форм. Для рынка труда АПК проблема занятости сельского населения актуальна и в перспективе останется таковой. Спрос на низкоквалифицированную силу будет снижаться, а такие явления, как маятниковая миграция, отходничество в крупные города будут усиливаться. Поэтому выбор определяется дилеммой: развитие сельского хозяйства или самосохранение сельских территорий.

Результаты обзора исследовательских практик российских исследователей в области аграрной социологии показали, что в настоящий период курс государства, направленный на преобразование институтов АПК и формирование новых субъектов производства, оказался оправданным в части усиления защиты внутреннего рынка. Несмотря на различные нарушения законодательства, распространение теневых, коррупционных практик и риски адаптации сельского населения из-за трансформации социальной структуры при осуществлении аграрных реформ, были выполнены основные задачи – импортозамещение и наполнение рынка отечественной продукцией, что обусловило движение к экспортному рынку.

Критериями данной оценки послужили свидетельства модернизации сельского хозяйства и способности АПК к регулированию в условиях геополитических вызовов – международных санкций 2014 г. и события века – пандемии коронавируса. Таким образом, направление, в кото-

ром развивается сельское хозяйство и в целом АПК, имеет больше положительных сдвигов, чем отрицательных. Сельское хозяйство, на наш взгляд, направлено на модернизацию и развитие на основе технологизации и цифровизации, а не на сохранение его нынешнего состояния. Как отмечалось выше, численность занятого населения будет сокращаться из-за роста миграции сельского населения в города, а потребность в рабочей силе будет составлять 1–1,5 млн человек, что обусловлено объективными процессами развития сельского хозяйства.

Библиографический список

1. Аграрно-сельская социология: история, концепции, методология // Материалы III Всероссийского социологического конгресса «Социология и общество: пути взаимодействия». Секция 38 / Отв. ред. В. И. Староверов. М.: РАКО АПК, 2009. 416 с.

2. Агроном на вес золота: как решить проблему кадрового дефицита в сельском хозяйстве // Российская газета. URL: <https://rg.ru/2018/07/25/reg-sibfo/kak-reshit-problemu-kadrovogo-deficita-v-selskom-hoziajstve.html> (дата обращения: 20.10.2019).

3. Балашов А. Руководитель сельскохозяйственной организации как особая профессия // АПК: экономика, управление. 2017. № 1. С. 28–34.

4. Барсукова С. Дилемма «фермеры–агрохолдинги» в контексте импортозамещения. // Общественные науки и современность (ОНС). 2016. № 5. С. 63–74.

5. Блинова Т., Былина С. Методологические подходы и прогнозы численности трудоспособного сельского населения России // Региональные агросистемы: экономика и социология. 2019. № 3. С. 150–157.

6. Бондаренко Л. Развитие сельских территорий: оценки, мнения, ожидания // Социологические исследования. 2016. № 3. С. 76–82.

7. Буздалов И. Аграрная политика: методологические основы и «особый путь» её осуществления в России // Аграрная экономическая наука: истоки, состояние, задачи на будущее / Под ред. Петрикова А. В. М.: ВИАПИ им. А. А. Никонова. 2015. С. 46–53.

8. Великий П. П. Неотходничество, или лишние люди деревни. // Социологические исследования. 2010. № 9. С. 44–50.

9. Великий П. П. Российское село. Процессы постсоветской трансформации: монография / Под ред. Ю. С. Воронова. Саратов: Научная книга, 2012. 340 с.

10. Виноградский В. Голоса снизу. Дискурсы сельской повседневности. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2017. 320 с.

11. Виноградский В. Конец живого беспорядка // Социологический журнал. 2011. № 3. С. 137–153.

12. Виноградский В. Крестьянский мир в дискурсе поколенческой печали // Социологические исследования. 2015. № 12. С. 82–91.
13. Ильин В. Анатомия социального успеха в географическом пространстве // Телескоп. 2014. № 6. С. 29–33.
14. Ильин И. Е. Аграрная реформа в России на рубеже XX–XXI вв. Чебоксары: ЧГИГН, 2005. 352 с.
15. Калугина З. Рыночная трансформация аграрного сектора России. Социологический дискурс. Новосибирск: Изд-во ИЭОПП СО РАН, 2015. 342 с.
16. Калугина З., Фадеева О. Новая парадигма сельского развития // Мир России. 2009. № 2. С. 34–49.
17. Климова С. Сельские кредитные кооперативы – между общиной и корпорацией // Социальная реальность. 2007. № 7. С. 36–52.
18. Козлов А., Панков Б., Яковлева О. Аграрный рынок труда: старые проблемы, новые вызовы // АПК: экономика, управление. 2016. № 4. С. 32–38.
19. Методология и методика системного изучения советской деревни / Отв. ред. Заславская Т. И., Рывкина Р. В. Новосибирск: Наука, 1980. 344 с.
20. Минаев В. Роль агрохолдингов в развитии экономик регионов России // Научный вестник Южного института менеджмента. 2018. № 2. С. 74–81. <https://doi.org/10.31775/2305-3100-2018-2-74-81>
21. Муханова М. Неформальный сектор в социально-структурных процессах российского села // Общественные науки и современность (ОНС). 2019. № 2. С. 66–78. DOI: 10.31857/S086904990004397-8
22. Муханова М. Производственная деятельность и типы сельских домохозяйств (на примере личных подсобных хозяйств) // Мир России. 2013. № 1. С. 78–105.
23. Намруева Л. Взаимодействие коллективного и семейного укладов в Южнороссийских сёлах (по материалам исследования 2018 г.) // Logos et Praxis. 2019. Vol. 18. No. 2. С. 134–142.
24. Нефёдкин В., Фадеева О. Крупные землепользователи через призму региональных кейсов. 2018 // Научная электронная библиотека. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/krupnye-zemlepolzovately-cherez-prizmu-regionalnyh-keysov> (дата обращения: 22.02.2020).
25. Нефедова Т. Агропромышленная концентрация в российских регионах // ЭКО. Экономический журнал. 2014. № 4. С. 64–82.
26. Нефедова Т. Десять актуальных вопросов о сельской России: ответы географа. М.: Ленанд, 2013. 456 с.
27. Никольский С. Аграрный вопрос в России в XX веке. История, современное состояние, стратегии решения. Издание второе. М.: Едиториал УРСС, 2012. 136 с.
28. Никулин А. Аграрники, власть и село: от прошлого к настоящему. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2014. 400 с.

29. Никулин А. Современные исследования сельской России // Мыслящая Россия. Картография современных интеллектуальных направлений / Под ред. В. Куренного. М.: Наследие Евразии, 2006. С. 273–283.
30. Оберемко О. Типология личных подсобных хозяйств в контексте нацпроекта «Развитие АПК» // Социальная реальность. 2007. № 10. С. 5–21.
31. Оберемко О. Что поддерживает ПНП «Развитие АПК», поддерживая ЛПХ? // Мир России. 2008. № 2. С. 92–107.
32. Пациорковский В. Сельская Россия: приоритеты развития. М.: Поколение, 2009. 198 с.
33. Савченко Е. Пространственное развитие сельских территорий: проблемы и решения // АПК: экономика, управление. 2018. № 11. С. 4–7.
34. Смыслы сельской жизни (Опыт социологического анализа) / Под ред. Ж. Тощенко. М.: Центр социального прогнозирования и маркетинга, 2016. 368 с.
35. Современное крестьяноведение и аграрная история России в XX веке / Под ред. В. В. Бабашкина. М.: Политическая энциклопедия, 2015. 743 с.
36. Староверов В. И. История и теория социологического анализа агросферы. М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2009. 436 с.
37. Староверов В. И. Раскрестьянивание: социолого-политический анализ // Социологические исследования. 2010. № 4. С. 24–32.
38. Тощенко Ж. Т., Великий П. П. Основные смыслы жизненного мира сельских жителей России // Мир России. 2018. Т. 27. № 1. С. 7–33. DOI: 10.17323/1811-038X-2018-27-1-7-33
39. Трудовые мигранты в российском селе. Монография / Под ред. П. П. Великого. Саратов: Саратовский источник, 2015. 293 с.
40. Узун В. Гектаров громадьє // Агровестник. Новости АПК. 01.11.2016. URL: <https://agrovesti.net/news/indst/gektarov-gromade.html> (дата обращения 02.10.2019).
41. Узун В., Шагайда Н. Аграрная реформа в постсоветской России: механизмы и результаты. М.: Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2015. 352 с.
42. Ушачёв И., Еремеев В., Жуков Н. Сельскохозяйственные кадры: дефицит при избытке // АПК: экономика, управление. 2017. № 2. С. 16–26.
43. Фадеева О. Сельские сообщества и хозяйственные уклады: от выживания к развитию / Под ред. З. Калугиной. Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2015. 264 с.
44. Хагуров А. Наёмный труд в сельском хозяйстве // Наёмный работник в современной России / Отв. ред. З. Т. Голенкова. М.: Новый хронограф, 2015. С. 252–266.

45. Хагуров А. Социология российского села. Изд. 2-е перераб. и дополн. М.: ИС РАН, 2010. 470 с.
46. Шанин Т. Методология двойной рефлексивности в исследованиях современной российской деревни // Рефлексивное крестьяноведение: Десятилетие исследований сельской России / Под ред. Шанина Т., Никулина А., Данилова В. М.: МВШСЭН, РОССПЭН, 2002. С. 69–92.
47. Эпштейн Д. Б. Аграрная экономическая политика для обеспечения инновационного развития АПК // Материалы Московского экономического форума–2015. М.: ФГБНУ ВНИИСХ, 2015. С. 277–288.
48. Эпштейн Д. Б. Почему производство в сельском хозяйстве растёт быстрее промышленности и экономики в целом? // АПК: экономика, управление. 2019. № 8. С. 4–15. DOI: 10.33305/198-4
49. Эфендиев А. Г., Балабанова Е. С., Сорокин П. С. Социальные институты: опыт анализа социальных изменений сёл в Белгородской области // Социологические исследования. 2016. № 12. С. 69–75.
50. Эфендиев А. Г., Гоголева А. С., Балабанова Е. С. Тенденции духовно-нравственного развития жителей сёл Белгородской области (опыт институционального анализа) // Социологические исследования. 2017. № 12. С. 99–109.

Статья поступила: 25.06.2020

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРЕ

Муханова Мария Николаевна, кандидат социологических наук, старший научный сотрудник, Институт социологии ФНИСЦ РАН, Москва, Россия.

DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.706

Review of Methodological Approaches to the Analysis of the Transformation of the Agricultural Labor Market in Modern Russia

The study was carried out with the financial support of the Russian Foundation for Basic Research within the framework of a scientific project No. 19-111-50370

Maria N. Mukhanova

Institute of Sociology, Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences Russian Academy of Sciences, Moscow, Russia.

E-mail: mukhanova_m@rambler.ru

ORCID ID: 169610

For citation: Mukhanova M. N. Review of methodological approaches to the analysis of the transformation of the agricultural labor market in modern Russia. *Vestnik instituta sotziologii*. 2021. Vol. 12. No. 1. P. 195–214. DOI: 10.19181/vis.2021.12.1.706

Abstract. The article provides an overview and generalization of Russian studies of the transformation of the agricultural labor market in the post-Soviet period. Researchers of the Russian countryside reflect the obtained results in publications mainly describing the problems associated with the Russian countryside and the agricultural labor market. This is, first of all, the destruction of the rural infrastructure, poverty, unemployment, the interaction of old and new production entities (agricultural enterprises, peasant farms, private household plots and agricultural

holdings), the loss of communication between villagers and agricultural enterprises, the villagers models of social adaptation and labor behavior. These processes served as a methodological support for the analysis and empirical evidence of how consciously villagers have been changing social and labor practices under the pressure of institutional transformations and agricultural modernization. Based on the choice of rational behavioral models in the labor market, they transformed the social structure of the village under the pressure of the market economy values, new rules, norms and institutional requirements. Modern processes in the agro-industrial field in the context of the property transformation contributed to the formation of a new agrarian structure, constructed by new subjects. The new and old production subjects interact in a multi-structured economy. They are important “players” in the institutional field of the agricultural sector, thus influencing the social and structural processes in the labor market. This determined a new configuration of the social rural groups employed in the formal and informal sectors.

Keywords: Russian village, researchers, labor market, theoretical and methodological approaches, subjects of agricultural production, agro-industrial complex(AIC), social and structural processes, institutions

References

1. Agrarno-sel'skaya sotsiologiya: istoriya, kontseptsii, metodologiya [Agrarian and Rural sociology: History, Concepts, Methodology]. Moskva, 21–24 oktyabrya 2008. Materialy sektsii 38 Tret'yego Vserossiyskogo sotsiologicheskogo kongressa «Sotsiologiya i obshchestvo: puti vzaimodeystviya» Ed. by V. I. Staroverov. Moscow: RAKO APK. 2009. 416 p. (In Russ.)
2. Agronom na ves zolota: kak reshit' problemu kadrovogo deficita v sel'skom hozyajstve [Agronomist for its weight in gold: how to solve the problem of personnel shortage in agriculture]. 2018. Oficial'ny sajt Rossiyskoy gazety. Accessed 20.10.2019. URL: <https://rg.ru/2018/07/25/reg-sibfo/kak-reshit-problemu-kadrovogo-deficita-v-selskom-hoziajstve.html> (In Russ.)
3. Balashov A. The head of an agricultural organization as a special profession. APK: ekonomika, upravlenie. 2017. No 1. P. 28–34. (In Russ.)
4. Barsukova S. The farmers – agricultural holdings dilemma in the context of import substitution. Obshchestvennye nauki i sovremennost'. 2016. No 5. P. 63–74. (In Russ.)
5. Blinova T., Bylina S. Methodological approaches and forecasts of the working age rural population of Russia. Regional'nye agrosistemy: ekonomika i sotsiologiya. 2019. No 3. P. 150–157. (In Russ.)
6. Bondarenko L. Development of rural territories: estimates, opinions, expectations. Sotsiologicheskie issledovaniya. 2016. No 3. P. 76–82. (In Russ.)
7. Buzdalov I. Agrarnaya politika: metodologicheskie osnovy i «osobyi put'» ee osushchestvleniya v Rossii. [Agrarian policy: methodological foundations and the “special way” of its implementation in Russia]. Agrarnaya ekonomicheskaya nauka: istoki, sostoyanie, zadachi na budushee. Ed. by A. V. Petrikov. Moscow: VIAPI imeni A. A. Nikonova. 2015. P.46–53. (In Russ.)
8. Velikiy P. P. Necessity or excess village people. Sotsiologicheskie issledovaniya. 2010. No 9. P. 44–50. (In Russ.)
9. Velikiy P. P. Rossijskoe selo. Processy postsovet'skij transformacii. [Russian village. Post-Soviet Transformation Processes]. Saratov: Nauchnaya kniga. 2012. 340 p. (In Russ.)
10. Vinogradsky V. Golosa snizu. Diskursy sel'skoy povsednevnosti [Voices from below. Discourses of rural everyday life]. Moscow: Delo, 2017. 320 p. (In Russ.)
11. Vinogradsky V. Konec zhivogo besporiadka. [The end of a living mess]. Sotsiologicheskyy zhurnal. 2011. No 3. P. 137–153. (In Russ.)
12. Vinogradsky V. Krest'yanskiy mir v diskurse pokolencheskoy pechali [The peasant world in the discourse of generational sadness]. Sotsiologicheskie issledovaniya. 2015. No 12. P. 82–91. (In Russ.)
13. Il'in V. The anatomy of social success in geographical space. Teleskop: Zhurnal sotsiologicheskikh i marketingovykh issledovaniy. 2014. No 6. P. 29–33. (In Russ.)
14. Il'in I. Agrarnaya reforma v Rossii na rubezhe XX-XXI vv. [Agrarian reform in Russia at the turn of the XX-XXI centuries]. Cheboksary: ChGIGN publ. 2005. 344 p. (In Russ.)
15. Kalugina Z. Rynoch'naya transformaciya agrarnogo sektora Rossii Sociologicheskij diskurs. [Market transformation of the agricultural sector of Russia Sociological discourse]. Novosibirsk: IEOPP publ.. 2015. 342 p. (In Russ.)
16. Kalugina Z., Fadeeva O. Novaya paradigma sel'skogo razvitiya [A new paradigm of rural development]. World of Russia. Mir Rossii. 2009. No 2. P. 34–49. (In Russ.)

17. Klimova S. G. Sel'skie kreditnye kooperativy – mezhdru obshchinox i korporatsiy [Rural credit cooperatives – between the community and the corporation]. *Sotsial'naya real'nost'*. 2007. No 7. P. 36–52. (In Russ.)
18. Kozlov A., Pankov B., Yakovleva O. The agricultural labor market: old problems, new challenges. *APK: ekonomika, upravlenie*. 2016. No 4. P. 32–38. (In Russ.)
19. Metodologiya i metodika sistemnogo izucheniya sovetsoy derevni. [The methodology and methodology of a systematic study of the Soviet village]. Ed. by T. I. Zaslavskaya, R. V. Ryvkina. Novosibirsk: Nauka, 1980. 344 p. (In Russ.)
20. Minaev V. Rol' agrohodingov v razvitiy ekonomik regionov Rossii. [The role of agricultural holdings in the development of economies of the regions of Russia]. *Nauchny vestnik Yuzhnogo instituta menedzhmenta*. 2018. No 2. P. 74–81. (In Russ.)
21. Mukhanova M. N. The informal sector in the socio-structural processes of the Russian village. *Obschestvennyye nauki i sovremennost'*. 2019. No 2. P. 66–78. DOI: 10.31857/S086904990004397-8 (In Russ.)
22. Mukhanova M. N. Production activities and types of rural households (on the example of personal part-time farms). *Mir Rossii*. 2013. No 1. P. 78–105. (In Russ.)
23. Namruyeva L. Vzaimodeystviye kollektivnogo i semeynogo ukladov v Yuzhnorossiyskikh selakh (po materialam issledovaniya 2018 g.) [Interaction of collective and family patterns in South Russian villages (based on a 2018 study)]. *Logos et Praxis*. 2019. Vol. 18. No. 2. P.134–142. (In Russ.)
24. Nefedkin V., Fadeyeva O. Krupnyye zemlepol'zovateli cherez prizmu regional'nykh keysov. [Large land users through the prism of regional cases]. *Ofitsial'nyy sayt Nauchnoy elektronnoy biblioteki*. 2017. Accessed 22.02.2020. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/krupnye-zemlepolzovateli-cherez-prizmu-regionalnyh-keysov> (In Russ.)
25. Nefedova T. Agropromyshlennaya kontsentratsiya v rossiyskikh regionakh [Agro-industrial concentration in the Russian regions]. *ECO. Economicheskyy zhurnal*. 2014. No. 4. P. 64–82. (In Russ.)
26. Nefedova T. Desyat' aktual'nykh voprosov o sel'skoy Rossii: otvety geografa. [Ten topical questions about rural Russia: the answers of the geographer]. Moscow: Lenand. 2013. 456 p. (In Russ.)
27. Nikol'skiy S. Agrarnyy vopros v Rossii v XX veke. Istoriya, sovremennoye sostoyaniye, strategii resheniya. *Izdaniye vtoroye*. [The agrarian question in Russia in the twentieth century. History, current status, decision strategies. Second Edition]. Moscow: URSS. 2012. 136 p. (In Russ.)
28. Nikulin A. Agrarniki, vlast' i selo: ot proshlogo k nastoyashchemu. [Farmers, power and the village: from the past to the present]. Moscow: Delo. 2014. 400 p. (In Russ.)
29. Nikulin A. Sovremennyye issledovaniya sel'skoy Rossii [Modern studies of rural Russia]. *Myslmaschaya Rossiya. Kartografiya sovremennykh intellektual'nykh napravleniy*. Ed. by V. Kurennoy. Moscow: "Naslediye Evrazii". 2006. P. 273–283. (In Russ.)
30. Oberemko O. Tipologiya lichnykh podsobnykh khoziaystv v kontexte natsproyekta "Razvitiye APK" [Typology of personal part-time farms in the context of the national project "Development of the agro-industrial complex"]. *Sotsial'naya real'nost'*. 2007. No 10. P. 5–21. (In Russ.)
31. Oberemko O. Chto podderzhivaet PNP «Razvitiye APK», podderzhivaya LPH? [What supports the PNP "Development of the agro-industrial complex", supporting personal part-time farms?]. *Mir Rossii*. 2008. No 2. P. 92–107. (In Russ.)
32. Patsiorkovskyy V. Sel'skaya Rossiya: prioritety razvitiya. [Rural Russia: development priorities]. Moscow: Pokolenie. 2009. 198 p. (In Russ.)
33. Savchenko E. Prostranstvennoye razvitiye sel'skih territoriy: problemy i resheniya [Spatial development of rural territories: problems and solutions]. *APK: ekonomika, upravlenie*. 2018. No 11. P. 4–7. (In Russ.)
34. Smysly sel'skoy zhizni (Opyt sociologicheskogo analiza). [The meanings of rural life (Experience in sociological analysis)]. Ed. by Zh.T. Toschenko. Moscow: Centr social'nogo prognozirovaniya i marketinga, 2016. 368 p. (In Russ.)

35. Sovremennoe krest'yanovedenie i agrarnaya istoriya Rossii v XX veke. [Modern peasant studies and the agrarian history of Russia in the twentieth century]. Ed. by V. V. Babashkina. Moscow: Politicheskaya enciklopediya, 2015. 743 p. (In Russ.)
36. Staroverov V. I. Istoriya i teoriya sotsiologicheskogo analiza agrosfery. [History and theory of sociological analysis of the agricultural sphere]. Moscow: RIC ISPR RAS publ., 2009. 436 p. (In Russ.)
37. Staroverov V. I. Raskrest'yanivanie: sotsiologo-politicheskiy analiz [Peeling: sociological and political analysis]. Sotsiologicheskie issledovaniya. 2010. No 4. P. 24–32. (In Russ.)
38. Toschenko Zh.T., Velikiy P. P. The main meanings of the life world of rural residents of Russia. Mir Rossii. 2018. Vol. 27. No 1. P. 7–33. DOI: 10.17323/1811-038X-2018-27-1-7-33 (In Russ.)
39. Trudovye migranty v rossiyskom sele. [Migrant workers in a Russian village]. Ed. by P. P. Velikiy. Saratov: Saratovskiy istochnik, 2015. 293 p. (In Russ.)
40. Uzun V. Gektarov gromad'e [Hulk of Hektars]. Official web portal of Agrovestnik. Accessed 02.10.2019. URL: <https://agrovesti.net/news/indst/gektarov-gromade.html> (In Russ.)
41. Uzun V., Shagayda N. Agrarnaya reforma v postsovetsoy Rossii: mekhanizmy i rezul'taty [Agrarian reform in post-Soviet Russia: mechanisms and results]. Moscow: Delo, 2015. 352 p. (In Russ.)
42. Ushachev I., Ereemeev V., Zhukov N. 2017. Sel'skohozyajstvennyye kadry: deficit pri izbytkе [Agricultural personnel: deficit with excess]. APK: ekonomika, upravlenie. No 2. P. 16–26. (In Russ.)
43. Fadeeva O. Sel'skie soobshchestva i hoziaystvennyye układy: ot vyzhivaniya k razvitiyu [Rural communities and economic structures: from survival to development]. Ed. by Z. Kalugina. Novosibirsk: IEOPP publ., 2015. 264 p. (In Russ.)
44. Hagurov A. Nayomny trud v sel'skom hoziaystve [Wage labor in agriculture]. Nayomny rabotnik v sovremennoy Rossii [Wage worker in modern Russia]. Ed. by Z. T. Golenkova. Moscow: Novy khronograf, 2015. P. 252–266. (In Russ.)
45. Hagurov A. Sotsiologiya rossiyskogo sela. Izd. 2-e pererab. i dopoln. [Sociology of the Russian village]. Moscow: IS RAS publ., 2010. 470 p. (In Russ.)
46. Shanin T. Metodologiya dvoynoy reflektivnosti v issledovaniyah sovremennoy rossiyskoy derevni [The methodology of double reflexivity in the research of the modern Russian village]. Refleksivnoe krest'yanovedenie: Desyatiletie issledovaniy sel'skoy Rossii. Ed. by T. Shanin, A. Nikulin, V. Danilov Moscow: MHSSES, ROSSPEN, 2002. P. 69–92. (In Russ.)
47. Epshteyn D. B. Agrarnaya ekonomicheskaya politika dlia obespecheniya innovatsionnogo razvitiya APK [Agricultural economic policy to ensure the innovative development of agribusiness]. Agroproduktov'nyy sektor Rossii v usloviyah sankciy: problemy i vozmozhnosti. Moscow: VNIISKh, 2015. P. 277–288. (In Russ.)
48. Epshteyn D. B. Why is production in agriculture growing faster than industry and the economy as a whole. APK: ekonomika, upravlenie. 2019. No 8. P. 4–15. DOI: 10.33305/198-4 (In Russ.)
49. Efendiev A. G., Balabanova E. S., Sorokin P. S. Social institutions: the experience of analyzing social changes in villages in the Belgorod region. Sotsiologicheskie issledovaniya. 2016. No 12. P. 69–75 (In Russ.)
50. Efendiev A. G., Gogoleva A. S., Balabanova E. S. Trends in the spiritual and moral development of the inhabitants of the villages of the Belgorod region (experience of institutional analysis). Sotsiologicheskie issledovaniya. 2017. No 12. P. 99–109. (In Russ.)

The article was submitted on: June 25.2020

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Maria N. Mukhanova, Candidate of Sociological sciences, Senior Researcher, Institute of Sociology of FCTAS RAS, Moscow, Russia

Юбилей

Полины Михайловны Козыревой



В январе 2021 г. отметила юбилей заместитель главного редактора нашего журнала, первый заместитель директора Института социологии ФНИСЦ РАН, доктор социологических наук *Полина Михайловна Козырева*.

Полина Михайловна – профессионал высокого класса. Ей удаётся успешно сочетать научную работу с управленческо-организационной деятельностью. Совмещать роли учёного и администратора крайне сложно, для этого требуется особый талант и характер, позволяющие сочетать творческую свободу и твёрдую самодисциплину. Как исследователь Полина Михайловна много лет руководит Центром исследования адаптационных процессов в меняющемся обществе ИС ФНИСЦ РАН и Центром лонгитюдных обследований НИУ ВШЭ. Под её научным руководством проводится «Российский мониторинг экономического положения и здоровья населения» (RLMS-HSE). Она автор многих научных трудов, член двух диссертационных советов: ФНИСЦ РАН и РУДН.

Как организатор науки Полина Михайловна долгое время работала первым заместителем директора Института социологии РАН и в этом качестве внесла огромный вклад в его успешное развитие. Во многом благодаря её усилиям было осуществлено масштабное научно-организационное мероприятие – слияние ряда ведущих академических научных организаций, специализирующихся на социальных науках, в единый Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН. В настоящее время Полина Михайловна возглавляет управление координации Программы развития ФНИСЦ РАН и продолжает успешно работать над решением проблем, с которыми сталкиваются социальные науки в современном сложном и динамично развивающемся мире.

Полина Михайловна много трудится и в научно-информационной сфере. Она является главным редактором «Социологического журнала», заместителем главного редактора «Вестника Института социологии» и членом редколлегии журнала «ПОЛИС. Политические исследования» – авторитетных научных изданий, и делает это с полной отдачей. Заместителем главного редактора «Вестника» она работает с самого его основания. Благодаря её усилиям, направленным на повышение качества научных публикаций и обеспечение соответствия самого журнала современным требованиям, позволили нашему журналу сегодня стать авторитетной дискуссионной площадкой, объединившей многих социологов, способствующей формированию единого дискурсивного пространства социологии. По показателю РИНЦ «Пятилетний импакт-фактор без самоцитирования» Вестник входит в десятку лучших среди русскоязычных социологических журналов, и в этом большая заслуга Полины Михайловны.

Её научные достижения и вклад в развитие социологии отмечены государством и академическим сообществом. Среди наград Полины Михайловны – медаль ордена «За заслуги перед Отечеством» II степени, Серебряная медаль имени П. А. Сорокина «За вклад в науку», Почётная грамота Президиума РАН и ряд других.

Друзья, коллеги и сотрудники редакции «Вестника Института социологии» поздравляют Полину Михайловну Козыреву с юбилеем и желают ей здоровья, благополучия и творческих успехов.

ВЕСТНИК *Института* **СОЦИОЛОГИИ**

СЕТЕВОЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Учредитель – Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук

(117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5)

Издатель – Федеральный научно-исследовательский социологический центр
Российской академии наук

(117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5)

Главный редактор:

Михаил Константинович Горшков

Заместители главного редактора:

Полина Михайловна Козырева,

Ольга Владимировна Аксенова

Ответственный секретарь: Кирилл Викторович Подъячев

Заведующая редакцией: Анастасия Владимировна Роговая

Редактор: Ольга Александровна Амелькина

Разработка программного обеспечения: IT-Центр ИС ФНИСЦ РАН

Макет: Ольга Викторовна Березная

Компьютерная вёрстка: Ильдар Мансурович Ситдилов

Точка зрения авторов публикуемых материалов не обязательно отражает точку зрения редакции. При перепечатке материалов ссылка на журнал «Вестник Института социологии» обязательна.

Адрес редакции: 117218, Москва, ул. Кржижановского, д. 24/35, корп. 5

E-mail: vestnik@isras.ru

Размещение журнала: <http://www.vestnik-isras.ru>