

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

№3 (11) 2019

В НОМЕРЕ:



Психологические науки



Педагогические науки



Социологические науки

Журнал зарегистрирован ФЕДЕРАЛЬНОЙ СЛУЖБОЙ ПО НАДЗОРУ В СФЕРЕ СВЯЗИ, ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ (Роскомнадзор)

Свидетельство о регистрации средства массовой информации ЭЛ № ФС77-64254 от 25 декабря 2015 г.

Учредитель Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Технологический университет» (141070, Московская обл., г. Королев, ул. Гагарина, д. 42) / 16+

Над выпуском работали

Паршина Ю.С.

Макаревич Е.В.

Адрес редакции:

141070, Королев,

Ул. Октябрьская, 10а

Тел. (495) 543-34-31

e-mail: sgtjournal@mail.ru

www.sgtjournal.ru

27.09.2019 г.

СОДЕРЖАНИЕ

СОЦИОЛОГИЯ

В.И. АНТОНЕНКО
ВОЙНА КАК ОСОБЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН.....3

Г.В. БЕЛЕХОВА
УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ КОМПОНЕНТАМИ ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ В РАЗРЕЗЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК.....9

Т.Ю. КИРИЛИНА, М.А. ТКАЛИЧ
СПЕЦИФИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА РЕКЛАМЫ.....17

К.В. ЛАПШИНОВА, А.А. ПОДОЛЬСКАЯ
ДИНАМИКА ПОЛИТИЧЕСКИХ НАСТРОЕНИЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ.....24

А.О. ЛЕПЕШКИН
МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ КАК РЕСУРС ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ НА ПРИМЕРЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА КОМФОРТНОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ.....33

И.Н. РАЗВАРИНА, Л.Н. НАЦУН
ТИП СЕМЬИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЕТСКОГО НАСЕЛЕНИЯ.....40

ПСИХОЛОГИЯ

Ю.С. БЛИНОВА, Д.В. ЛАСТОВЕНКО
ИМПЛИЦИТНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ ОБ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ОТВЕТСТВЕННОЙ ЛИЧНОСТИ.....46

Н.Л. ЗАХАРОВА, Л.В. ЦАРЬКОВА
ОСОБЕННОСТИ ЭТНИЧЕСКОГО САМОСОЗНАНИЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ.....54

С.С. КОСТЫРЯ, В.В. КОЛОМОЕЦ, Н.Г. ЖАРКИХ
ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ ПЕДАГОГА.....72

ПЕДАГОГИКА

А.Э. ЛАРИОНОВ, А.В. НОВИЧКОВ
КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ НИЩЕТА РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ.....80

ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР

Кирилина Татьяна Юрьевна,

доктор соц.н., профессор, заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин «МГОТУ»

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ

Барков Сергей Александрович, д.соц.н.,

профессор

Басманова Нина Ивановна, к.псих.н.доцент

Бузмакова Тамара Ивановна, к.пед.н., до-

цент

Гайдабрус Наталья Викторовна, к.фс.н.

Долгорукова Ирина Владимировна, д.соц.н.,

доцент

Казаков Юрий Николаевич, д. мед.

н., профессор

Капанова Марина Валерьевна, к.псих.н.

Ковалев Вячеслав Григорьевич, к.пед.н.

Красикова Тамара Ивановна, к. филол. н.,

профессор

Лапшинова Кира Викторовна, к.соц.н.

Ларионов Алексей Эдиславович, к.и.н.

Магомедов Керем Османович,

д.соц.н., профессор

Морозюк Светлана Николаевна, д.псих.н.,

доцент

Морозюк Юрий Витальевич, д.псих.н, про-

фессор

Романов Петр Сергеевич, д. пед.н., доцент

Старцева Татьяна Евгеньевна, д.пед.н.,

профессор

Флоря Василий Михайлович, д.соц.н., про-

фессор

П.С.РОМАНОВ

**СОЦИОЛОГИЯ, ЭПИСТЕМОЛОГИЯ И БИБЛИОТЕКОВЕДЕНИЕ
– КТО ЛИШНИЙ?.....88**

И.В. ХРИСТОФОРОВА , А.Б.ДЕМЕНКОВА

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ
В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ДИЗАЙНЕРОВ И РЕКЛА-
МИСТОВ: ОПЫТ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА
МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....95**

УДК 316

ВОЙНА КАК ОСОБЫЙ СОЦИАЛЬНЫЙ ФЕНОМЕН

В.И. Антоненко, кандидат философских наук, доцент, доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин, Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королев, Россия.

В статье на основе результатов, достигнутых в рамках социологии войны, рассматривается война как социальный феномен. В отличие от подходов, раскрывающих влияние общества на социально-политическую и военно-техническую стороны войны, в работе исследуется процесс воздействия вооруженной борьбы и оружия как средства достижения экономических и политических целей на различные стороны общественной жизни. Такой подход позволил более четко представить эволюцию войны в контексте специфической военной деятельности и отношений, складывающихся между людьми в процессе вооруженного противоборства. Новые формы войны – экономическая, информационная, дипломатическая, психологическая представлены как закономерный итог разветвления ее специфических признаков.

Ключевые слова: война, вооруженная борьба, оружие.

WAR AS SPECIAL SOCIAL PHENOMENON

V.I. Antonenko, candidate of philosophical Sciences, associate Professor of the Department of Humanitarian and Social Sciences, State Budget Educational Institution of Higher Education of the Moscow Region "Technological University" ("MGOTU"), Korolev, Russia.

In the article on the basis of results attained war as social phenomenon is examined in sociology of war. Unlike approaches, exposing influence of society on socio-political and military-technical war parties the process of influence of the armed fight and weapon as facilities of achievement of economic and political aims is in-process investigated on different parties of public life. Such approach allowed more clearly to present a war evolution in the context of specific military activity and relations, according between people in the process of the armed opposing. New forms of war-economic, informative, diplomatic, psychological presented as an appropriate result of development of her specific signs.

War, armed fight, weapon.

В XX – XXI веках ведущие зарубежные и отечественные социологи, философы, экономисты и политологи постоянно осмысливали различные стороны войны. Особое внимание при этом обращалось на революционные изменения, связанные с формированием информационного общества и трансформацией в сфере военного дела. Перспективы сосуществования человечества в новых исторических условиях рассматривались Э. Тоффлером, Е. Масудой, Д. Беллом, Ю.С. Пивоваровым, А.Д. Урсулом, А.И. Уткиным и др.

Феномен войны изучался в социологии войны, сложившейся в XX веке. Предметной областью этого направления стали вопросы становления функционирования и развития военной организации, а также проблема войны как формы социального конфликта. Результаты исследований М. Адлера, Р. Арона, А. Вагтса, П. Сорокина и др. способствовали более глубокому пониманию изменений, происходящих в сфере национальной безопасности государств.

Война и мир как глобальная система взаимообусловленных социальных отношений, перемены которых оказывают существенное воздействие как на социально-политическую, так и на военно-техническую сторону войны рассматривались в трудах А. Снесарева, В. Серебрянникова, М. Требина, М. Шахова и др.

Методологически значимым для нашего исследования являются выводы из интегративного подхода К. Райта к войне [6]. Он делает их на основе изучения эволюции войны в истории человечества. Последовательно рассматривая войны на раннем этапе государственности, на этапе генезиса современной цивилизации XV–XVI века и на этапе XX века он приходит к следующим выводам:

- Во-первых, позитивное значение войны заканчивается уже в начале 40-х годов XX века. Война становится глобальной проблемой, требующей решения в интересах всего человечества.

- Во-вторых, будущая организация мира должна создаваться с учетом интересов всех наций и народов, а не на основе приоритета суверенного государства.

- В-третьих, государство перестает быть исключительным рациональным средством войны, применяемой для достижения своих политических целей. Субъектом войны может также являться расовая или этническая общность, не имеющая статуса государственности.

Состояние войны на нынешнем этапе развития есть результат длительного процесса ее исторического существования. Поэтому обращение к историческому процессу возникновения и развития войны, практической деятельности людей по ее ведению, общественных отношений, складывающихся между людьми в процессе подготовки и ведения боевых действий является важным условием понимания ее нынешнего состояния.

Актуальность исследования данной темы обусловлена следующими обстоятельствами:

Во-первых, человечество с глубокой древности по настоящее время постоянно воюет. Бытие человека, его сознание в значительной мере зависит от потенциального или реального наличия войны во всех видах деятельности. Знание об этой зависимости способствует формированию соответствующего типа мировоззрения.

Во-вторых, тема войны в преподавательской деятельности также важна, так как вне ее невозможно глубоко и адекватно раскрыть любой предмет, обеспечить необходимый уровень обучения студентов.

В-третьих, содержание бытия и сознания людей в настоящее время не дает надежды на исключение войн из жизни человечества. Патриотизм, основанный на глубоком понимании военных угроз, по-прежнему является важнейшим элементом духовного потенциала национальной безопасности нашего государства.

Целью исследования является социально-философский анализ войны как элемента целостной социальной системы, как саморазвивающегося и самовоспроизводящегося социального организма. Достижение поставленной цели предполагает решение следующих исследовательских задач:

- провести концептуальный анализ войны по выявлению ее места в целостной структуре общества;

- проанализировать теоретико-методологические подходы к изучению роли войны в существовании и развитии общества.

Объектом исследования является война как особый социальный феномен.

Предметом исследования выступают специфические признаки войны, проявляющиеся в практической деятельности людей, связанных с ее подготовкой и ведением; наличием антагонистических противоречий в системе общественных отношений между противоборствующими сторонами; ролью специально подготовленных людей, владеющих оружием, в разрешении противоречий, складывающихся в вооруженной борьбе.

Война как сложное явление общественной жизни проходит через всю историю человеческого рода, начиная со времен дикости и варварства до сегодняшнего дня. Как особое состояние

общества она получила отражение в трудах таких древних мыслителей, как Сунь-цзы, Гомер, Гераклит, Демокрит, Платон, Аристотель и др. Рассматривая войну как вполне естественное общественное явление Гераклит делал акцент на термине «борьба». Она лежит в основе всего живого.

Война несомненно имеет свои биологические предпосылки. Но она как социальное явление не унаследована людьми от животных, которые не убивают друг друга, подобно людям, для достижения определенных целей. Именно наличие осознанных мотивов и целей характерно для всех видов практической деятельности людей и их общественных отношений, в том числе, и связанных с войной. Китайский мыслитель Сунь-цзы первым пришел к пониманию войны, как социально-политического явления, как средства достижения целей правителями [10].

Однако следует иметь в виду, что практическая деятельность и система общественных отношений в сфере войны имеет свою специфику. Ее суть заключается в наличии антагонистического противоречия между противниками. Разрешение этого противоречия, достижение определенных целей осуществляется насильственным, военным путем с использованием вооруженных сил. Поэтому вооруженная борьба является главным специфическим средством войны, а оружие – основным системообразующим инструментом вооруженного противоборства.

Указанные особенности войны определяют ее специфическую роль и место в жизни общества. Ее смысл в том, что по мере развития средств вооруженной борьбы влияние войны на все сферы общественной жизни возрастает. Для обоснования этого суждения рассмотрим, как оружие эволюционировало и влияло на вооруженную борьбу и, соответственно, на все элементы социальной системы.

На самом раннем, примитивном уровне общественной жизни военное противоборство осуществлялось с помощью подручных средств: камней, палок и т.п. Рукопашное противоборство имело целью уничтожение противника. На этой стадии общественного развития воздействие военной составляющей на общество было незначительно. Оружие еще не способно было уничтожить все живое на Земле.

На данном этапе биологические элементы играют еще заметную роль в войне. Но это не является основанием для того, чтобы сводить древнюю войну к биологическому фактору. В биологической сфере борьба осуществляется на основе инстинктов самосохранения и самообеспечения. В животном мире нет войны, воюет только человек. Антропологические исследования свидетельствуют о том, что человек непрерывно воевал и в доисторические времена. На всех континентах наряду с производственными орудиями обнаруживают и разнообразный ассортимент оружия.

Описывая первобытную религию и первобытный социальный строй Г. Спенсер попытался представить те качества человека, которые необходимы были для того, чтобы применять оружие в целях защиты и в целях нападения. В «Левиафане» Т. Гоббса люди вначале находились в состоянии «войны всех против всех» и так как они по природе сильны и злы, к ним применим принцип «человек человеку волк» [1, с. 196-197]. Эти и другие высказывания позволяют сделать вывод, что кроме инстинкта самосохранения, первобытный человек, обладающий оружием, должен был быть смелым, жестоким, жадным и агрессивным. К этим специфическим качествам, которые необходимы были человеку на войне, следует добавить ненависть, беспощадность и прочее. Следовательно, военная деятельность предполагает набор специфических качеств человека, отличных от тех, которые реализуются и в мирной жизни.

Благодаря этим качествам люди с помощью оружия постоянно трансформируют систему общественных отношений. Борьба с себе равными принудила человека вступить в сначала малые родственные союзы. Затем к расширению небольшой первоначальной группы в более крупные союзы, связанных между собой более сложной системой обязательств и сотрудничества. Изменения в социальной структуре общества сказывались и на результатах войны. Одним из них было рабство. Его появление стало катализатором развития экономики древнего человечества.

Говоря о том, что война являлась первоисточником древнего рабства, О. Конт подчеркивал, что появление рабов свидетельствовало о большом прогрессе в психике человека. Победитель мог

уже обуздать свою враждебность и ненависть и даровать жизнь побежденному. Рабы стали существенной производительной силой тех, кто обладал возможностью покорять более слабых противников. С появлением рабства войны велись не только для захвата имущества, оружия или домашнего скота, но и для пополнения пленных, способных выполнять разнообразную тяжелую работу.

С момента появления вооруженного насилия люди старались понять, что же представляет собой война? В Священных писаниях и мифах народов мира она мыслилась как сакральное, божественное героическое явление, достойное восхищения и благоговения. Большинство мудрецов высказывали о войне свое одобрительное мнение. В «Илиаде» и «Одиссее» Гомера, например, мы находим восхищение перед грозными событиями войны и ремеслом воинов.

Уже в догосударственный период жизни война как особое явление стало охватывать весь социальный организм. Это проявилось в том, что бремя войны не могла нести только одна часть населения, то есть воины. В той или иной мере подготовку к войне и ее ведению постепенно вовлекалось все население. Очень хорошо это просматривается на примере Древней Руси. В работе В.Д. Иванова «Русь изначальная» говорится о том, что содержание воинов нелегким гнетом лежало на семьях и родах. Еще тяжелее была потеря молодых мужчин, отрывааемых от работы. Тем не менее, военное ремесло высоко ценилось. В первых впечатлениях ребенка неотъемлемо присутствовало оружие. Оно было в каждом доме. Поэтому привычка к нему, стремление владеть им воспитывалось с младенческих лет [2, С.31-35].

Защита земли русской уже в то время считалась священной обязанностью каждого мужчины. Набатов звучат слова:

«Вступайте, вступайте в стремя златое
За честь сего времени,
за Русскую землю!» [8].

В борьбе против врагов созревала мысль о том, что одолеть их отдельными разрозненными родами невозможно. Необходимо объединение в племена, а племен – в союзы. Борьба с врагами явилась, таким образом, своего рода катализатором формирования государства. Только оно может воспитать юридическое мировоззрение, создать необходимый порядок в обществе. Никколо Макиавелли считал, что осуществить это можно только с помощью особой силы, то есть вооруженных людей [5].

Он создал концепцию, в которой война представлена в качестве эффективного способа укрепления формирующегося национального государства, которое рассматривалось как субъект военного насилия, применяемого в политико-экономических интересах [4]. В более поздний период Т. Гоббс уподоблял государство смертному богу Левиафану, способному внушать страх, силой власти управлять волей всех подданных в интересах мира и благоденствия внутри общества и противодействия врагам его.

Постепенно складывался классический подход к пониманию войны. В нем ее политическая природа и насильственная сущность абсолютизировались. Наиболее ярко этот подход выразил К. Клаузевиц. Рассматривая войну всесторонне он допускал ее проявление и в том виде, когда открытое применение силы отсутствует [3, с.57].

В рамках классического подхода было зафиксировано, что война властвует над жизнью народов и укладом государств, что подготовка к ней и ее ведение поглощает огромную часть народного труда. Но, несмотря на ужасы, тяготы и лишения войны основатель политической экономии Адам Смит в своем главном труде к военному делу относился с большим уважением. Он считал, что оборона страны важнее богатства, а военное искусство является самым благородным из всех искусств. По мнению А. Смита идеал военного устройства заключается в народе, обученном употреблению оружия, имеющем профессиональное войско, способное защитить его [9, с.15-17].

Рассмотрение войны в историческом контексте предполагает ее изучение с точки зрения вооруженной борьбы, как главного специфического способа существования, и оружия, как основного системообразующего инструмента ведения боевых действий. В концентрированном виде

процесс изменения войны в целом раскрыт В.И. Слипченко в работе «Войны шестого поколения». В ней анализируются поколения войн с позиций революций в военном деле.

Первая революция в военном деле произошла, когда вместо подручных средств (камней и палок) стали применять специально изготовленные копья, мечи, луки, стрелы. Вооруженная борьба осуществлялась контактным способом в виде рукопашного противоборства с применением холодного оружия.

Вторая революция в военном деле была связана с изобретением пороха и, соответственно, с появлением огнестрельного оружия. Война велась контактным способом, но поражение противника осуществлялось с некоторого расстояния.

Третья революция в военном деле обусловлена изобретением нарезного оружия и технологии его производства. Оружие стало более точным, дальнобойным, разнокалиберным и многозарядным. Контактные войны третьего поколения приобрели окопный характер и большие масштабы.

Четвертая революция в военном деле произошла с изобретением автоматического оружия, устанавливаемого на танках, самолетах и кораблях. Война четвертого поколения приобрела стратегический размах с применением большого количества оружия, военной техники и живой силы.

Пятая революция в военном деле была связана с появлением ядерного оружия и возможности бесконтактной ракетно-ядерной войны. Считается, что война пятого поколения не может привести к достижению разумных политических целей. Поэтому она не должна произойти.

Шестая революция в военном деле началась в последнее десятилетие XX века с появлением высокоточного обычного оружия, а с ним возникла и возможность бесконтактных войн шестого поколения. С помощью длительных массированных высокоточных ударов можно лишить экономики любую страну мира [7, с.54-55].

Пятая революция в военном деле привела к формированию концепции «политического реализма», получившей широкое распространение в XX – начале XXI века. В ней ядерное оружие стало оцениваться не как фактор угрозы и нестабильности, а как фактор обеспечения безопасности. Г. Моргентау, Дж. Кеннан, К. Томсон, С. Браун, З. Бжезинский, Р. Арон считают, что безудержный рост военной мощи сверхдержав и угроза применения ядерного оружия стали главной причиной поиска новых средств для решения экономических и политических противоречий.

Военная практика последних десятилетий свидетельствует, что новейшим эффективным средством достижения целей в войне стало высокоточное оружие, применяемое в бесконтактных войнах шестого поколения. Однако кроме достижения целей вооруженным путем все большее значение приобретает достижение целей без прямого вооруженного вмешательства путем применения альтернативных форм насилия: экономического, дипломатического, психологического и информационного. Происходит переход от «классической» (вооруженной) формы войны к «неклассическим» – «холодной», «миротворческой», «террористической», «антитеррористической».

Широкое распространение высоких технологий способствует все более широкому применению невооруженных средств борьбы. Анализ развития военно-политических событий в мире дает основание полагать, что человечество вступило в полосу войн, направленных не на уничтожение противника и захват его потенциала, а на достижение политических целей без вооруженного противоборства путем точечного применения современных информационных средств. Речь идет об информационной войне, смысл которой заключается в использовании как массированного психо-эмоционального влияния на общественное сознание через средства массовой информации, так и основанного на информационных технологиях современного оружия.

Развитие информационных технологий неуклонно ведет к искусственному интеллекту. В этой связи большой интерес представляет проблема искусственного интеллекта и войны. Есть ряд вариантов ее решения. Кратко остановимся на ее решении с точки зрения роли человека в мире. В последнее время зреет мысль о том, что мы идем в мир, в котором роль человека становится все меньше, а значение машин в цифровых технологиях растет. В жизненно важных для человека

сферах, в том числе в военной, многие интеллектуальные процессы осуществляют машины. Не наступит ли период, когда машины, освободив человека, возьмут под свой контроль жизнь на Земле. Останется ли у естественного интеллекта шанс на существование?

Литература

1. Гоббс Т. Избр. произведения в 2-х томах. Т. 2 // М.: 1989. С. 196-197.
2. Иванов В. Русь изначальная // М.: Современник: Лексика. 1992. С.31-35
3. Клаузевиц К. О войне. В 2-х т. // М.: АСТ: СПб: Terra Fantastica. 2002. Т. 2. С.57
4. Макиавелли Н. Государь // Сочинения. СПб.: Кристалл. 1998.
5. Макиавелли Н. История Флоренции // Сочинения. СПб.: Кристалл. 1998.
6. Райт К. Некоторые размышления о войне и мире. Теория международных отношений : хрестоматия / сост. и общ. ред. П. Цыганков. М. : Гардарики. 2007.
7. Слипченко В.И. Войны шестого поколения. Оружие и военное искусство будущего // М.: Вече. 2002. С.54-55
8. Слово о полку Игореве. Памятник древнерусской литературы. «Слово о полку Игореве», был создан в конце XII века.
9. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов.- Издательство: «Соцэкгиз»
Источник: <https://institutiones.com/download/books/2445-issledovanie-o-prirode-prichinax-bogatstva-narodov-smit.html>© Экономический портал. С.15-17.
10. Сунь-цзы. Трактат о военном искусстве. Перевод с китайского. ООО «Издательство АСТ». 2017.

УДК 316.4; 331.1

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ КОМПОНЕНТАМИ ТРУДОВОЙ ЖИЗНИ В РАЗРЕЗЕ СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИХ ХАРАКТЕРИСТИК

Г.В. Белехова, научный сотрудник лаборатории исследования проблем развития трудового потенциала отдела исследования уровня и образа жизни населения, Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Вологодский научный центр Российской академии наук» (ФГБУН ВолНЦ РАН), г. Вологда

В статье представлена оценка трудовой жизни населения Вологодской области с точки зрения субъективистского подхода. В качестве индикаторов оценки используются уровни важности и удовлетворенности населения несколькими сторонами трудовой жизни – заработной платой, условиями труда и содержанием труда. Установлено, что ключевые различия в оценке трудовой жизни наблюдаются по компоненту «удовлетворенность», тогда как оценки компонента «важность» схожи среди опрошенных. Выявлено, что удовлетворенность компонентами трудовой жизни изменяется в зависимости от уровня образования, сферы занятости, положения на основной работе, принадлежности к той или иной половозрастной группе.

Удовлетворенность трудом, зарплата, содержание труда, социологический опрос

SATISFACTION OF WORK LIFE IN THE CONTEXT OF SOCIO-DEMOGRAPHIC CHARACTERISTICS

G.V. Belekhova, researcher of the Way and Standard of Living Researching Department, Federal State Budgetary Institution of Sciences «Vologda Research Center of the Russian Academy of Sciences», (VolSC RAS), Vologda

The article presents an assessment of the working life of the population of the Vologda Oblast from the point of view of the subjective approach. The indicators of assessment are the levels of importance and satisfaction with several aspects of working life – wages, working conditions and labor content. It was found that key differences in the assessment of working life are observed for the «satisfaction» component, while assessments of the “importance” component are similar among respondents. It was revealed that satisfaction with the components of working life varies depending on the level of education, the sphere of employment, the position at the main job, and membership in a particular age and gender group.

Job satisfaction, wages, labor content, opinion poll

В любые времена труд для человека являлся основным источником дохода, обеспечивая тем самым удовлетворение его потребностей. «Труд есть та ценность, которую приобретаются блага, поддерживающие жизнь» [2, с.82]. На современном этапе развития экономики и общества изменяется роль человека в системе факторов производства, человек становится в центр социально-экономической системы [6, с.55]. Следовательно, во многом именно от эффективности труда человека зависит конкурентоспособность организаций, отраслей и всей экономики страны. Не случайно с 2012 г. Президент России и федеральные органы власти в качестве одного из главных ориентиров развития российской экономики ежегодно называют рост производительности труда. Для достижения высокой производительности труда работодатели и административные органы

должны поддерживать квалифицированных и преданных сотрудников, обеспечивать им удовлетворенность трудовой жизнью.

Изучением труда и трудовой жизни (трудового поведения, трудового потенциала, качества труда и проч.) занимаются многие гуманитарные науки. Понятие трудовой (рабочей) жизни было введено в научный оборот в 60-х годах американским ученым Л. Дэвисом. Обыкновенно трудовую жизнь трактуют как систему отношений, которая формируется между персоналом и рабочей средой и включает взаимодействие с материально-технической и административной структурами [3]. Очевидно, что трудовая жизнь как синтетическая и многосоставная категория сложна в анализе, поскольку в зависимости от интересов и задач исследования ее оценка может основываться на различных совокупностях показателей.

В социологии труда широко применяются субъективные подходы к оценке трудовой жизни. Большинство из них базируется на измерении уровня удовлетворенности. Сама по себе удовлетворенность понимается как «оценочное отношение человека или группы людей к собственной трудовой деятельности, различным ее аспектам, важнейший показатель адаптации работника на данном предприятии, в данной трудовой организации» [8, с. 17]. В ходе эмпирического измерения уровня удовлетворенности посредством опросов персонала уточняются его субъективные оценки различным аспектам трудовой жизни [8, с.15]. Именно работник выступает экспертом относительно обстоятельств собственной жизни [10, с.100], только он представляет, насколько тот или иной аспект трудовой жизни соответствует его запросам и реализуется в организации.

По результатам мониторинга ценностных ориентаций и образа жизни населения (исследование European Social Survey на примере 30 европейских стран), уровень удовлетворенности трудом у российских работников имеет низкую оценку – значение показателя в 2012 г. составило 6,67 балла, что ниже уровня Португалии (7,06), Эстонии (7,16), Германии (7,45), Польши (7,55); верхние позиции занимают Дания (8,2) и Норвегия (7,98) [7, с.91]. Согласно исследованиям, проводимым ВолНЦ РАН, прослеживается заметная региональная дифференциация трудового потенциала в России – в нескольких российских субъектах сложились благоприятные условия для реализации человека в труде, но в большинстве оставшихся регионов те или иные факторы препятствуют этому процессу [5, с.68]. Вологодская область, наряду с порядка 30 субъектами, относится к регионам с низким трудовым потенциалом, в которых трудовая жизнь работников осложняется проблемами с материальным обеспечением, сохранением здоровья и профессиональной подготовкой [5, с.65-66]. Естественно, что указанные проблемы требуют системного решения, но не менее важно определить, какие аспекты трудовой жизни вызывают наибольшую удовлетворенность у трудоспособного населения, а какие требуют оперативного управленческого вмешательства для решения проблем.

Удовлетворенность трудом предполагает включение в анализ следующих структурных элементов: физическая среда, ее санитарно-гигиеническое состояние и культурно-бытовые условия (уровень шума, степень загрязненности, точки питания, места отдыха, вспомогательные помещения); первичные (тяжесть, интенсивность, сложность) и вторичные (содержательность, монотонность, интеллектуальная или творческая насыщенность, риск, новизна и т.д.) характеристики труда; режим работы; оплата труда и системы стимулирования; психологический климат в коллективе; перспективы карьерного продвижения; влияние на личную жизнь работника и прочее [1; 4; 7, с.91].

В данном исследовании мы сосредоточили свое внимание на трех ключевых составляющих трудовой жизни – заработной плате, условиях труда и содержании труда, – которые одинаково значимы для работников любых сфер занятости и любых специальностей. Данные аспекты были рассмотрены с позиций важности и удовлетворенности (со стороны непосредственного работника). Респонденты при ответах на вопросы анкеты должны были оценить свое отношение к названным аспектам трудовой жизни, выбрав один из предложенных вариантов ответа. При обработке результатов варианты ответов были сгруппированы:

– «не важно» соответствовало суммарной доле ответов «совершенно не важно» и «скорее не важно, чем да», «важно» соответствовало суммарной доле ответов «очень важно» и «скорее важно, чем нет», «нейтрально» соответствовало ответам «Не могу сказать, важно или нет»;

– «не удовлетворен» соответствовало суммарной доле ответов «совершенно не удовлетворен(а)» и «скорее не удовлетворен(а), чем да», «удовлетворен» соответствовало суммарной доле ответов «скорее удовлетворен(а), чем нет» и «вполне удовлетворен(а)», «нейтрально» соответствовало ответам «не могу сказать, удовлетворен(а) или нет».

В качестве объекта изучения выбрано население Вологодской области. Предметом изучения выступило мнение респондентов о вышеназванных составляющих трудовой жизни. В качестве метода сбора первичной информации использован социологический опрос «Качество жизни», проведенный методом раздаточного анкетирования при непосредственном участии автора весной 2016 года. Всего опрошено 1500 человек в возрасте от 18 лет в двух крупных городах и восьми районах Вологодской области. Репрезентативность выборки обеспечена соблюдением пропорций по территории проживания, по полу и возрасту. Ошибка выборки – не более 3%. Работа с данными осуществлена в пакетах SPSS Statistics и MS Excel.

Предваряя результаты, отметим, что ключевые различия в субъективной оценке трудовой жизни наблюдаются по компоненту «удовлетворенность», тогда как важность трудовой жизни в целом и отдельных её составляющих (заработной платы, условий труда и содержания труда) практически не различается среди опрошенных и находится на уровне 85-95 процентных пункта.

Среди аспектов трудовой жизни для населения чуть более важны условия труда, нежели заработная плата и содержание труда. По компоненту «удовлетворенность» субъективные оценки не столь однозначны (табл. 1). Большая часть респондентов удовлетворена своей трудовой жизнью (52%), однако почти треть опрошенных дали нейтральную оценку (30%), а каждый пятый указал негативную оценку по данному компоненту. В несколько большей степени население удовлетворено условиями труда и содержанием труда (по 47%), тогда как по заработной плате оценки менее оптимистичные – 40% указали на высокую удовлетворенность, а 33% оказались совершенно не удовлетворены уровнем оплаты труда.

Таблица 1 – Трудовая жизнь в оценках населения, 2018 год (% от числа опрошенных)

Вариант ответа	Трудовая жизнь (в целом)	Заработная плата	Условия труда	Содержание труда
<i>ВАЖНОСТЬ трудовой жизни и ее компонентов</i>				
Не важно	4,7	3,9	4,9	5,2
Нейтрально	4,9	8,8	6,4	8,6
Важно	90,3	87,3	88,7	86,2
<i>УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ трудовой жизнью и ее компонентами</i>				
Не удовлетворен	18,6	32,7	21,0	20,8
Нейтрально	29,5	28,2	32,0	32,1
Удовлетворен	51,9	39,1	47,0	47,1
Составлено автором на основе: социологический опрос «Качество жизни» / Вологда, ВолНИЦ РАН, 2016 г.				

Согласно итогам опроса, 70,5% респондентов оценили качество своей жизни как «среднее», 5,5% – как «высокое» и 25% – как «низкое». При этом независимо от субъективной оценки общего качества жизни все три анализируемые составляющие трудовой жизни одинаково важны для населения (порядка 80-90%).

С точки зрения удовлетворенности прослеживается закономерность: чем выше субъективное восприятие общего качества жизни, тем выше и субъективные оценки заработной платы, ус-

ловий труда и содержания труда. Так, среди респондентов, оценивших своё качество жизни как «низкое», только 26% полностью удовлетворены трудовой жизнью в целом, 14% – размером вознаграждения за труд, по 24% – условиями и содержанием труда. Среди респондентов, оценивших своё качество жизни как «высокое», подавляющее большинство (81%) совершенно удовлетворены своей трудовой жизнью в целом, заработной платой (79%), условиями труда (80%) и содержанием труда (78%).

Среди демографических характеристик существенные различия в самооценках населением трудовой жизни выявила переменная «пол – возраст» (табл. 2). Трудовая жизнь неизменно важна для каждой половозрастной категории населения (чуть менее для лиц старшего поколения), тогда как удовлетворены трудовой жизнью представители той или иной половозрастной группы по-разному. Более высокая доля удовлетворенных фиксируется среди представителей средней возрастной категории (по 57%), несколько меньше доля удовлетворенных среди молодого поколения (по 50%). В таком же процентном соотношении представители данных групп оценивают оплату, условия и содержание труда.

Таблица 2 – Распределение оценок важности и удовлетворенности трудовой жизнью в половозрастных группах (% от числа опрошенных)

Вариант ответа	Пол/возраст					
	Мужчины до 30 лет	мужчины от 30 до 60 лет	мужчины старше 60 лет	Женщины до 30 лет	женщины от 30 до 55 лет	женщины старше 55 лет
<i>ВАЖНОСТЬ трудовой жизни (в целом)</i>						
Не важно	1,4	1,6	15,2	3,0	0,6	12,1
Нейтрально	5,0	2,2	13,4	3,0	2,3	9,3
Важно	93,6	96,2	71,4	94,1	97,1	78,6
<i>УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ трудовой жизнью (в целом)</i>						
Не удовлетворен	23,0	16,7	14,3	21,7	18,6	19,3
Нейтрально	27,4	25,5	34,7	27,9	24,1	41,7
Удовлетворен	49,6	57,8	51,0	50,4	57,3	39,0
Составлено автором на основе: социологический опрос «Качество жизни» / Вологда, ВолНИЦ РАН, 2016 г.						

Среди лиц старшего поколения трудовой жизнью в большей степени удовлетворены мужчины (51%), нежели женщины – среди них доли указавших позитивные и нейтральные оценки удовлетворенности практически совпадают (39 и 42%). Представители «сильной половины» старшего поколения дают в целом более позитивные оценки и составляющим трудовой жизни: в полной мере удовлетворены заработной платой 41% (нейтральную оценку дали 29%), условиями труда – 46% (нейтральную оценку дали 38%), содержанием труда – 45% (нейтральную оценку дали и 37%). В группе женщин старшего возраста преобладают нейтральные оценки составляющих трудовой жизни: по заработной плате так ответили 34% (в полной мере удовлетворены 30%), по условиям труда – 41 (в полной мере удовлетворены 36%), по содержанию труда – 41% (в полной мере

удовлетворены 35%). Такое распределение, вероятно, связано и с более ранним завершением трудовой деятельности у женщин, и с особенностями последующего трудоустройства (преимущественно технические работники и обслуживающий персонал), тогда как мужчину имеют более длительные период трудовой активности и могут впоследствии трудоустроиться на более «социально значимые» должности.

Весьма интересные закономерности выявило влияние образовательного уровня опрошенных (табл. 3). Более важными трудовая жизнь в целом и отдельные ее составляющие являются для лиц, имеющих послевузовское или высшее образование. Данные категории населения также в большей степени удовлетворены той трудовой жизнью, в которую они включены (69 и 60% соответственно по сравнению с 39% среди лиц с неполным образованием и 43% среди лиц со средним образованием).

Таблица 3 – Распределение субъективных оценок важности и удовлетворенности трудовой жизнью по уровню образования (% от числа опрошенных)

Вариант ответа	Образование					
	Неполное среднее	Средняя школа, в т.ч. ПТУ со средним образованием	Среднее специальное образование (техникум и др.)	Незаконченное высшее (не менее 3 курсов вуза)	Высшее	Послевузовское (второе высшее, аспирантура)
<i>Важность трудовой жизни (в целом)</i>						
Не важно	16	5	5	8	3	6
Нейтрально	4	8	5	0	3	0
Важно	80	87	90	92	94	94
<i>Удовлетворенность трудовой жизнью (в целом)</i>						
Не удовлетворен	28	22	19	19	13	19
Нейтрально	33	35	29	30	27	12
Удовлетворен	39	43	52	51	60	69
<i>Удовлетворенность заработной платой</i>						
Не удовлетворен	43	39	34	25	25	33
Нейтрально	29	30	28	32	28	11
Удовлетворен	28	31	38	43	47	56
<i>Удовлетворенность условиями труда</i>						
Не удовлетворен	31	22	25	20	14	22

Нейтрально	35	42	31	32	26	22
Удовлетворен	34	36	44	48	60	56
<i>Удовлетворенность содержанием труда</i>						
Не удовлетворен	35	22	24	22	14	17
Нейтрально	30	41	31	33	27	11
Удовлетворен	35	37	45	45	59	72
Составлено автором на основе: социологический опрос «Качество жизни» / Вологда, ВолНЦ РАН, 2016 г.						

Примечательно, что более высокая степень удовлетворенности высокообразованных групп населения прослеживается и по вознаграждению за труд, и по условиям трудовой деятельности. Кроме того, весьма существенный разрыв наблюдается по «удовлетворенности содержанием труда»: доля респондентов, имеющих второе высшее образование и удовлетворенных содержанием выполняемой работы, составила 72%, тогда как среди лиц, имеющих неполное и среднее образование, доля «полностью удовлетворенных» заметно ниже (36 и 45% соответственно).

Различия в субъективном восприятии трудовой жизни проявляются и в разрезе самооценок материального положения (табл. 4). Среди населения, относящегося к группам «богатых» и «обеспеченных», существенно выше доля удовлетворенных как в целом трудовой жизнью, так и её составляющими, прежде всего оплатой труда (83% и 64% против 45% в группе малообеспеченных, 17% в группе бедных и 12% в группе нищих).

Таблица 4 – Распределение субъективных оценок важности и удовлетворенности трудовой жизнью по самооценке материального положения (% от числа опрошенных)

Вариант ответа	Самооценка материального положения				
	Денег вполне достаточно (богатые)	Покупка большинства товаров длительного пользования не вызывает трудностей (обеспеченные)	Денег достаточно, но более крупные покупки приходится откладывать (малообеспеченные)	Денег хватает только на приобретение продуктов питания (бедные)	Денег не хватает даже на приобретение продуктов питания (нищие)
<i>Важность трудовой жизни (в целом)</i>					
Не важно	2	2	4	7	5
Нейтрально	9	4	4	5	14
Важно	89	94	92	88	81
<i>Удовлетворенность трудовой жизнью (в целом)</i>					

Не удовлетворен	4	10	13	29	58
Нейтрально	16	19	25	45	26
Удовлетворен	80	71	62	26	16
Составлено автором на основе: социологический опрос «Качество жизни» / Вологда, ВолНЦ РАН, 2016 г.					

Весьма показательным является восприятие трудовой жизни в зависимости от положения на основной работе. Аналогично предыдущим ситуациям, все составляющие трудовой жизни неизменно важны и для наемных работников, и для владельцев собственного дела, либо работающих самостоятельно либо привлекающих наемных работников. Однако «бизнесмены» в большей степени удовлетворены как самой трудовой жизнью (81% среди привлекающих наемных работников и 67% работающих самостоятельно против 55% в группе наемных работников), так и получаемым доходом (74 и 62% соответственно по сравнению с 39% в группе наемных работников), условиями труда (73 и 65% соответственно по сравнению с 49% в группе наемных работников) и содержанием труда (73 и 68% соответственно по сравнению с 49% в группе наемных работников).

Наиболее удовлетворены трудовой жизнью те работники, которые заняты в сфере финансов (79%), сельском и лесном хозяйстве (71%), здравоохранении (67,5%), государственном и административном управлении (67%) и строительстве (66%). На противоположном полюсе – работники сферы культуры (лишь 30% их них указали на высокую удовлетворенность трудовой жизнью).

В разрезе такой составляющей трудовой жизни, как заработная плата, также лидируют работники из сферы финансов (85%), сельского и лесного хозяйства (57%). Меньше всего удовлетворенных уровнем оплаты труда среди занятых в науке (27%), образовании (31%) и культуре (36%). Более того, занятые в науке указывают на самую низкую удовлетворенность и по двум другим составляющим: только 45,5% удовлетворены условиями труда и 36% – содержанием труда. Схожие оценки дают работники культуры, а также занятые в сфере промышленного производства, транспорта и связи.

Что касается должностного положения, то вполне закономерно, что более высокие оценки важности и удовлетворенности трудовой жизнью и ее составляющими наблюдаются в группах руководителей коммерческих структур, государственных учреждений и предпринимателей.

Таким образом, проведенный анализ позволил установить, что значимое влияние на восприятие населением важности и удовлетворенности трудовой жизни оказывают социально-экономические характеристики – уровень образования, сфера занятости, положение на основной работе, уровень материальной обеспеченности. Среди демографических переменных определяющей выступает принадлежность к той или иной половозрастной группе, тогда как семейное положение, гендерный признак, количество детей и членов семьи не имеют значимой объясняющей силы.

Во многих исследованиях доказывается, что удовлетворенность трудом значительно влияет на удовлетворенность повседневной жизнью и качеством жизни в целом [11]. Так, в соответствии с исследованиями сотрудников ВолНЦ РАН, у работников с положительными оценками жизни в целом фиксируется положительное восприятие условий труда и работы в целом [7, с. 94-95]. Подобные выводы подчеркивают значимость системной и многоаспектной работы с персоналом, направленной на достижение высокого уровня удовлетворенности работников их трудовой жизнью, и способствующей в конечном итоге повышению эффективности трудового процесса.

Литература

1. Анкудинов А.Б. Удовлетворенность работой и ее детерминанты: результаты статистического моделирования на панельных данных / А.Б. Анкудинов, М.Н. Беляева, О.В. Лебедев // Социологические исследования. 2013. № 11. С. 75-83.
2. Булгаков С.Н. Философия хозяйства / С.Н. Булгаков; отв. ред. О. Платонов // М.: Институт русской цивилизации. 2009. 464 с.
3. Егорова Е.Г. Социальные индикаторы качества трудовой жизни в структуре управленческих решений организации: автореф. дис. ... к.с.н.: 22.00.03 / Е.Г. Егорова. СПб. 2008. 20 с.
4. Ильясов Ф.Н. Удовлетворённость трудом (анализ структуры, измерение, связь с производственным поведением) / Ф.Н. Ильясов; под ред. В. Г. Андреевкова. Ашхабад : Ылым (Наука), 1988. 100 с.
5. Леонидова Г.В., Панов А.М. Трудовой потенциал: территориальные аспекты качественного состояния [Текст] / Г.В. Леонидова, А.М. Панов // Проблемы развития территории. 2013. № 3 (65). С. 60-70.
6. Леонидова Г.В., Панов А.М., Попов А.В. Трудовой потенциал России: проблемы сбережения / Г.В. Леонидова, А.М. Панов, А.В. Попов // Проблемы развития территории. 2013. № 4 (66). С. 49-57.
7. Леонидова Г.В., Попов А.В. Удовлетворённость трудом как индикатор эффективности государственного управления (социологический анализ / Г.В. Леонидова, А.В. Попов // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2014. № 3 (33). С. 84-99.
8. Новокрещенова Н.А. Формирование системы оценки удовлетворенности персонала вуза: дисс. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Н.А. Новокрещенова // Саранск. 2014. 244 с.
9. Черкашина Т.Ю. Субъективное качество жизни населения: интегральная оценка и частные индикаторы / Т.Ю. Черкашина // Регион: экономика и социология. 2006. № 3. С. 97-111.
10. Drobnič, S. Good Job, Good Life? Working Conditions and Quality of Life in Europe / S. Drobnič, V. Beham, P. Präg // Social Indicators Research. An International and Interdisciplinary Journal for Quality-of-Life Measurement. 2010. Vol. 99. Is. 2. Pp. 205-225.

УДК. 316

СПЕЦИФИКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА РЕКЛАМЫ

Т.Ю. Кирилина, доктор социологических наук, профессор,
заведующий кафедрой гуманитарных и социальных дисциплин,
М.А. Ткалич, преподаватель кафедры гуманитарных и социальных дисциплин,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

В статье анализируется специфика социологического анализа рекламы. Особое внимание уделено социологическому анализу проблем функционирования рекламы как социального института, воздействию рекламы на потребителей.

Автор отмечает, что реклама как весьма важная креативная индустрия, работающая в постоянном режиме изменений политической, экономической и эстетической среды, привлекает наше внимание как влиятельный способ культурного производства.

В статье делается вывод, что широкий спектр социологических исследований рекламы и разнообразие представленных оценок наглядно демонстрируют важность научного анализа рекламы относительно ценностей, установок, потребительского спроса, эстетики, власти и контроля.

Реклама, бренд, влияние рекламы, конфиденциальность.

SPECIFICITY OF SOCIOLOGICAL ANALYSIS OF ADVERTISING

T. Yu. Kirilina, Doctor of sociological sciences, professor, the Head of the Department of Humanities and Social Sciences,
M.A. Tklich, lecturer of the Department of Humanities and Social Sciences,
State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «University of Technology»,
Korolev, Russian Federation

The article analyzes the specifics of sociological analysis of advertising. Particular attention is paid to the sociological analysis of the problems of functioning of advertising as a social institution, the impact of advertising on consumers.

The author notes that advertising as a very important creative industry works in a constant mode of changes in the political, economic and aesthetic environment, attracts our attention as a Frank and influential way of cultural production.

The article concludes that a wide range of sociological studies of advertising and a variety of assessments clearly demonstrate the importance of scientific analysis of advertising in relation to situations, attitudes, consumer demand, aesthetics, power and control

Advertising, brand, advertising impact, privacy.

Одна из важнейших причин выделения социологии рекламы в отдельное направление социологической науки – огромное влияние, которое она оказывает на человека, живущего в современном мире. На индивидуально-личностном уровне это воздействие является предметом исследования психологии рекламы. На социальном уровне – социологии рекламы, одной из главных проблем которой является исследование механизмов, закономерностей функционирования рекла-

мы как социального института, ее влияния на общественную систему и обратного воздействия общества на рекламу.

Социология рекламы представляет собой отраслевую социологическую дисциплину, изучающую взаимосвязь и взаимодействие между рекламой и социальной жизнедеятельностью людей с точки зрения социальных институтов, социальных организаций, социальных отношений и группового поведения.

Социологический анализ рекламы позволяет:

- рассматривать рекламу в широком социальном контексте, как социальную систему и как социальный институт;
- привести экспериментальные, измерительные составляющие в исследование рынка, покупательского поведения, эффективности рекламной продукции и т.п.;
- сформулировать социокультурные тенденции развития рекламной деятельности;
- прогнозировать социализирующее воздействие рекламной информации на массовое сознание и поведение людей.

Все чаще социологи в постиндустриальных странах исследуют потребление и материальную культуру в контексте понятий культурных потоков, языка и использования символики системы. Тем не менее, именно через рекламу «мы видим влияние бизнеса на общество наиболее четко» [8, р. 153]. В то время как культурологические исследования в основном были связаны с тем, как реклама отражает интересы капиталистических обществ, социологи акцентируют внимание на рекламе как на социальном институте, который влияет на формирование культурных образов, стилей поведения, предпочитаемого образа жизни [1; 2].

Основой любого человеческого общества являются дружественные отношения между его членами. Таким образом, все социальные институты несут определенную ответственность за поддержание социальной гармонии посредством честности и добросовестности во всех отношениях, соблюдения принятых этических стандартов, готовности помогать различным сегментам общества и уважать частную жизнь других.

В развитых странах реклама играет важную роль. Она влияет на стабильность и развитие общества. Благодаря рекламе проходят развлекательные мероприятия, привлекающие сотни тысяч болельщиков, и она часто влияет на исход политических выборов. Такая власть возлагает на тех, кто спонсирует, покупает, создает, производит и продает рекламу и вносит вклад в экономическую систему, бремя ответственности за поддержание этических стандартов, существующих в обществе.

Например, в Соединенных Штатах рекламная индустрия является частью крупного делового сообщества. У неё есть обязательства: содержать свою собственность, участвовать в общественных мероприятиях, поддерживать местные предприятия и улучшать сообщество. Американские специалисты по рекламе решили эти проблемы, создав местные рекламные клубы: Американскую федерацию рекламы, Американскую Ассоциацию рекламных агентств и Совет по рекламе. Эти организации предоставляют благотворительным организациям и государственным учреждениям безвозмездную (бесплатную) помощь на тысячи часов и миллионы долларов. Они также предоставляют стипендии и стажировки, которые служат интересам всего общества.

Рекламодатели, такие как AT&T, IBM и Honda, расходуют значительные средства на поддержку искусства, образования, местных бюро по улучшению бизнеса и торговых палат, а также на различные благотворительные цели. Тем не менее, рекламодателей регулярно упрекают, в том, что их деятельность недостаточно социально ответственна. Заинтересованные граждане, защитники прав потребителей и группы с особыми интересами оказывают давление на рекламодателей, когда они понимают, что благосостояние общества находится под угрозой.

Действительно, реклама как весьма влиятельная креативная индустрия, работающая в постоянном режиме изменений политической, экономической и эстетической среды, привлекает наше внимание как влиятельный способ культурного производства. Дело в том, что дискуссии о

рекламе в культурологии, социологии или других дисциплинах проходят достаточно остро. Этому способствует провокационный характер предмета социологии рекламы, которая стремится охватить целый ряд проблем:

- критику рекламы за формирование ненужных потребительских желаний;
- потребителей как агентов, которые интерпретируют и адаптируют рекламу для своих целей;
- мнимое «магическое воздействие» рекламного убеждения на потребителей;
- глобальное влияние рекламы на местную культуру;
- внутреннюю структуру рекламы как творческой индустрии;
- нарушение конфиденциальности потребителей;
- рекламу для детей.

Соответственно, реклама демонстрирует себя как постоянно меняющуюся систему, связанную с политикой, экономикой и культурой. Подобно производству искусства, которое зависит от ряда поставщиков, дилеров и промоутеров, а также от самих художников, реклама позиционируется в поле спорного смещения отношений, что делает его особенно выгодной для «символической власти» [4].

Реклама превращает товарные объекты и услуги в символические образы и нарративы, которые ценятся и адаптируются под конкретные вкусы. Так как реклама, сама по себе, не производит ничего осязаемого, а скорее связывает идеи, мысли и образы с образом жизни, ценностями и способами потребления. Её положение всегда относительно других факторов, которые изменяются в соответствии со сменой художественных, политических, социальных и экономических обстоятельств. Таким образом, поскольку рекламные образы и сообщения формируют культуру, можно сказать, что культура, в свою очередь, формирует рекламные образы и сообщения в условиях потребления и производства. Таким образом, когда рекламу критикуют за диапазон рекламных объявлений, следует иметь в виду, что она обеспечивает связь между потребителями, корпоративными клиентами, поставщиками средств массовой информации и конкурирующими агентствами, которые влияют прямо или косвенно на производство культурных продуктов.

Ранние исследования рекламы в значительной степени пренебрежительно относились к рекламе из-за ее предполагаемого вредного воздействия на общество. Реклама подвергалась критике за ее широкое влияние на манипулирование «созвездием образов» в социальных областях товаров, массовой культуры и средств массовой информации. Критики обвиняют рекламу в якобы искажении социальных ценностей, или отвлечении людей от якобы более важных человеческих ценностей путем поощрения ненужных и даже вредных желаний. Другие исследователи бесславили рекламу за ее доминирование в западном обществе, предлагая способ увидеть себя, но с намерением заставить нас чувствовать нам этого не хватает. Считается, что так называемые непреднамеренные последствия рекламы «загрязняют окружающую среду», «соблазняя» людей на потребление через искаженный взгляд на романтизированные товары и образ жизни. Третьи предупреждают, что «обман» является ли реальность рекламы в том, как реклама пытается колонизировать человеческие отношения в сообщества потребления.

Тем не менее, все больше ученых отвергают эти критические взгляды, продвигая понятие потребителей как агентов, которые используют рекламные материалы в своих целях. Эти исследования показывают, что потребители не являются пассивными получателями, которых формируют рекламные сообщения, а скорее демонстрируют собственное креативное мнение в интерпретации смыслов рекламы, формируя свое собственное отношение к жизненным ситуациям. Так, например, потребители активно генерируют свои собственные положительные выводы из рекламы бренда, когда они подвергаются воздействию метафорических рекламных сообщений. В ряде зарубежных исследований было показано, что реклама является культурным ресурсом для поощрения различных типов групповой идентичности и способна оказать помощь в формировании социальных связей или в развитии национальной идентичности. Действительно, потребление товаров,

некогда неодобренных за чрезмерное проявление богатства, в настоящее время рассматривается как фактор, способствующий содействию социальным взаимодействиям и укреплению личных связей. Реклама товаров помогает потребителям стремиться к позитивным целям и к положительному восприятию мира.

Ключевая цель рекламы как средства повышения потребительского желания к потребляемым объектам и услугам, заключается в создании в сознании потребителя определенного отношения к идеям. В этом смысле некоторые исследователи рассматривают рекламу как современную форму магии. Считается, что реклама действует, как магия в своем намерении преобразовать некоторые аспекты человеческого поведения. Эффективность рекламы как посредника между потребителем с брендом проявляется в том, что она создает стремление потребителя к рекламируемому объекту. Джудит Вильямсон утверждает, что «все потребительские товары предлагают волшебство, и вся реклама – это заклинания» [10, р. 141]. Реклама накладывает заклинание на потребителя, предполагая трансформацию, которая появляется чудесным образом посредством обещания сказочных результатов. Из-за чудесного качества, пишет она, мы, потребители, не чувствуем необходимости «просить объяснения, так как это определение чуда» [10, р. 141]. Похоже, что, чем более удивительные результаты предлагают рекламные объявления, чем более они кажутся магическими, тем менее удивительными они могут показаться нам. Изображения, представленные в рекламе, не случайны, а достаточно тщательно организованы вокруг конкретных референтов, которые принципиально связаны с материальной основой общества.

Такое представление о рекламе как о разновидности магии может быть убедительным, потому что, по мнению западного потребителя, проданный объект никогда не кажется достаточным. В рекламе пива, например, человек не просто утоляет жажду, он создает образ мужественности, подтвержденный высшими идеалами за пределами функции пива. Рекламная магия работает в этом отношении, чтобы сделать потребление идеальным. Таким образом, магия связывает потребление с человеческими желаниями и стремлениями через свою особую трактовку рассказа. Другими словами, магия в рекламе работает через умелую артикуляцию повествования о желании, предлагает убедительное объяснение некоторого идеала, с помощью которого мы сами заполняем пробел своим собственным ожиданием результата.

Мир рекламы очаровывает обычные объекты возвышенными лозунгами и лестными образами. Этот зачарованный мир превращает обычные товары, такие как автомобили, духи или смартфоны, в высокоценные символы любви, желания, власти или престижа.

Все чаще эффекты рекламы исследуются социологами на международном уровне. Такого рода эффекты детализируют сложность взаимодействий между рекламодателями, местными потребителями и глобальными процессами. Многие из этих исследований демонстрируют межкультурные эффекты рекламы, когда глобальные образы циркулируют в местных культурах для продвижения идей «современного образа жизни». Реклама работает на формирование динамических отношений между местной культурой и остальным миром, предлагая мощную модернистскую интеграцию между местной идентичностью и глобальными образами, которые изменяются и согласовываются в потреблении в условиях современности и прогресса в меняющемся, глобализирующемся обществе. Например, исследования рекламы в Индии, Шри-Ланке и Тринидаде и Тобаго показывают, как реклама производит новые формы местной культуры, которая способствует динамичным отношениям между обществом, экономиками стран, местными интересами и международными корпорациями [7]. Эти исследования показывают, что реклама активно предлагает потребителям новые варианты идентификации на основе образов городской жизни, процветания и современности, которые обычно ассоциируются с Западом. В некоторых случаях, например, в Бомбее, Индии, роль рекламы помогает в опосредовании образов модернизации и развития индийского общества, именно в тот период, когда экономика трансформируется и открывает свои потребительские рынки для иностранных брендов. Посредством рекламы культура трансформируется в новые концепции и практики прогресса и современности [7].

Еще одной проблемой рекламы является конфиденциальность. Сегодня большинство рекламодателей знают, что использовать изображение человека в рекламе без его разрешения незаконно. С 1987 года в западных странах признано, что даже использование двойника знаменитости (или soundalike) может нарушить права этого человека. Суды также постановили, что права людей на неприкосновенность частной жизни сохраняются даже после их смерти [9].

Теперь, с увеличением использования факсов, сотовых телефонов и Интернета, всего, что может быть непосредственно использовано для рекламы потенциальным клиентам, вопрос о правах на неприкосновенность частной жизни снова стал актуален. На этот раз речь идет о праве людей защищать свою личную информацию. Конфиденциальность является как этическим, так и юридическим вопросом. Это также практическая проблема: потенциальные клиенты, которые находят рекламные факсы, телемаркетинговые звонки и электронные письма раздражающими и навязчивыми, вряд ли купят продукты компании-нарушителя.

Интернет-пользователи беспокоятся о людях, которых они не знают, и даже о компаниях, которые они знают, получая личную информацию о них. И их беспокойство не лишено оснований. Многие веб-сайты создают профили своих посетителей, чтобы получить такие данные, как адреса электронной почты, размеры одежды или любимые книги. Некоторые сайты также отслеживают привычки пользователей, как правило, без их ведома, чтобы лучше таргетировать рекламу на товары. Чтобы создать такие профили пользователей, веб-сайты используют небольшие программы, называемые cookie, которые хранят журнал запросов пользователей Интернет, что позволяет сайтам отслеживать привычки веб-серфинга клиентов. Файлы cookie размещаются на компьютерах пользователей при первом посещении сайта или использовании какой-либо функции, например персонализированной службы новостей или корзины покупок.

Интернет-компании утверждают, что такое отслеживание не является личным; оно обычно выполняется анонимно и помогает им настраивать сайты и контент в соответствии с интересами пользователей. Тем не менее, DoubleClick, ведущий поставщик маркетинговых инструментов для веб-реklamодателей, прямых маркетологов и веб-издателей, недавно приобрел Abacus Direct, компанию прямой почты с обширной автономной базой данных розничных покупателей и покупателей каталогов. Это потенциально позволяет DoubleClick объединять онлайн-профили с автономными именами, адресами, демографической информацией и данными о покупках.

Исследование, проведенное в 2000 году, показало, что только 27 % пользователей Интернета согласны с утверждением о том, что такое отслеживание является полезным. Чуть больше половины респондентов (54 %) считают это вредным, а 11 % полагают, что это и помогает, и вредит. Подавляющее большинство опрошенных (87 %), считает, что сайты должны запрашивать у пользователей их разрешения перед сбором личной информации [9].

К счастью, потребители не совсем беспомощны. Они могут отключить файлы cookie на своих компьютерах. Но это может ограничить их доступ в Интернет, потому что некоторые веб-сайты на самом деле требуют, чтобы cookie были имплантированы. Интернет-сёрферы также имеют функцию «opt-in», которая позволяет пользователям устанавливать условия, при которых они дают личную информацию. Также доступна функция «opt-out», которая позволяет сайтам непрерывно собирать информацию о посетителях, если они специально не информируют сайт об этом, нажав на кнопку.

Широкий спектр социологических исследований рекламы и разнообразие представленных оценок наглядно демонстрируют важность научного анализа рекламы относительно ценностей, установок, потребительского спроса, эстетики, власти и контроля. Реклама, как и другие креативные индустрии, взаимодействует с такими сферами как стиль, эстетика и искусство, а также активная коммерческая деятельность. П. Бурдые утверждает, что символические товары, такие как реклама «являются двуликой реальностью: товаром и символом объекта» [4, р. 113]. Символическая и коммерческая ценность рекламы – рассматривается ли она как форма искусства, коммуникативный стиль, способ торговли или образ жизни – свидетельствует о её высоком реляционном и

спорном качестве. Это, возможно, объясняет разнообразие взгляды на рекламу, осуждающие или одобряющие её роль в обществе.

Так, реклама для детей представляет различные проблемы. Дети являются неискушенными потребителями. Их представления о себе, времени и деньгах недостаточно сформированы. В результате, они очень мало знают о своих желаниях, потребностях и предпочтениях и о том, как рационально использовать экономические ресурсы для их удовлетворения. Есть вероятность того, что реклама, ориентированная на детей, может привести к формированию ложных убеждений.

Хотя большинство детей и родителей по-прежнему совершают покупки совместно, все больше и больше детей принимают решения единолично. Чтобы защитить их и их родителей, как критики, так и защитники рекламы согласны с тем, что рекламодатели не должны намеренно обманывать детей. Главный вопрос заключается в том, как далеко рекламодатели могут зайти, чтобы не ввести детей в заблуждение своей рекламой.

Многие развитые страны очень строго относятся к рекламе для детей. Например, в Швеции и Норвегии запрещена телевизионная реклама детям в возрасте до 12 лет, а во время детских программ вообще не разрешено никакой рекламы. Германия и Голландия запрещают спонсорство детских шоу, а Фламандский регион Бельгии запрещает рекламу за пять минут до или после любых программ для детей. В то время как самый высокий уровень рекламы для детей приходится на Австралию (в среднем 34 объявления в час), эта страна не разрешает рекламу программ, направленных на детей дошкольного возраста.

Напротив, в Российской Федерации в 2018 году Государственная Дума приняла закон, разрешающий рекламу в детских передачах. До этого рекламу можно было демонстрировать только перед началом и после окончания таких программ. Закон снял эти ограничения, но при этом установил запрет на рекламу в детских передачах алкоголя, лекарств и медицинских изделий, биологически активных добавок, оружия и продукции военного назначения [3].

Таким образом, противоречивый образ рекламы может заставить социологов задуматься о том, какие исследования рекламы необходимо проводить в будущем, и как новые исследования будут развивать или переосмысливать прошлые и настоящие труды на эту тему. Действительно, современная роль рекламы как изменяющегося социального явления будет и дальше трансформировать новые формы потребления, порождающие различные формы социального взаимодействия. Появление Интернета, онлайн-блогов, Twitter, Facebook и ряд других мобильных приложений, предоставляет рекламодателям новые средства подключения напрямую к потребителям с информацией о продуктах и брендах. И все же потребители, которым могут быть интересны рекламируемые бренды, также повысили осведомленность о социальных вопросах и маркетинговых подходах, а, следовательно, обладают большим контролем над их способностью «включать» или «выключать» сообщения, которые им нравятся или не нравятся.

Реклама вступила в новую фазу. Она стремится вызвать интерес покупателей, используя дополнительные способы привлечения брендов, развивает прочные связи лояльности. Новые исследования в рамках социологии рекламы могут проанализировать эти новейшие процессы потребления и возникающие как следствие онлайн и офлайн сообщества. Пока некоторые специалисты по рекламе определяют это как начало «эры взаимоотношений» [6].

Представление о том, что люди действительно развивают интерес к вещам, и обсуждают их с другими, не является новым для социологических исследований. Для социологов, исследующих будущее рекламы, встают такие вопросы как: выбор носителей, каналов вовлеченности потребителей, которые используют бренды для отстаивания своих взглядов. Такого рода исследования дают дополнительную благодатную почву для изучения бесчисленных способов проявления культуры в многообразных потоках потребления и новых способах отношений рекламы с потребителями посредством таких потоков. Для социологов эти новые реалии меняющегося рынка и новые формы рекламы в культурной перспективе, предлагают новые способы интерпретации адаптации и изменений среди производителей и потребителей брендов.

Литература

1. Лапшинова К.В., Панявин А.В. Потребительские паттерны поведения современных россиян: социологический анализ // Социально-гуманитарные технологии. 2018. Т. 5. № 1. С. 26-31.
2. Лапшинова К.В., Подольская А.А. Потребительское поведение современных россиян // Социально-гуманитарные технологии. 2016. Т. 2. № 2. С. 86.
3. Федеральный закон от 3 августа 2018 г. N 325-ФЗ «О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе». [Электронный ресурс] <https://rg.ru/2018/08/07/325-fz-dok.html>
4. Bourdieu P. 1993. The Field of Cultural Production. New York: Columbia University Press.
5. Durham NC: Duke University Press. Williamson, Judith. 1978. Decoding Advertising. London: Marion Boyars.
6. Doug L., and Garfield R. 2012. «Ignore the human element of marketing at your own peril». Advertising Age, January 1, 2012. Accessed December 1, 2016, <http://adage.com/article/news/dawnrelationshipera-marketing/231792>.
7. Malefyt T. Advertising. <https://www.researchgate.net/publication/327433559>
8. Miller D. 1997. Capitalism: An Ethnographic Approach. Oxford: Berg. Stewart, Susan. 1993. On Longing: Narratives of the Miniature, the Gigantic, the Souvenir, the Collection.
9. Warde A. The Sociology of Consumption: Its Recent Development. Annual Review of Sociology 41(1). 2015.
10. Williamson J. 1978. Decoding Advertising. London: Marion Boyars.

УДК 316
**ДИНАМИКА ПОЛИТИЧЕСКИХ НАСТРОЕНИЙ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ:
 СРАВНИТЕЛЬНЫЙ СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ**

К.В. Лапшинова, кандидат социологических наук,
 доцент кафедры гуманитарных и социальных дисциплин,
 Государственное бюджетное образовательное учреждение
 высшего образования Московской области

«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королев, Россия.

А.А. Подольская, аспирант факультета социальных наук, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики», Москва, Россия

Политические настроения и предпочтения населения представляют собой одну из наиболее важных тем для социологического анализа. В фокусе данного исследования находится сравнение политических настроений российской молодежи в 2015 и в 2019 годах. Рассмотрены такие аспекты как: место и роль России в мировой истории, рассматривается отношение россиян к таким понятиям как «национальная идея», государственная идеология». Сделан акцент на политических предпочтениях современной российской молодежи, анализируется роль политических деятелей в истории России.

Эмпирической базой исследования является анкетирование, проведенное в 2015 и в 2019 годах. Было опрошено 250 респондентов в 2015 г. и 235 в 2019 г. Выборочную совокупность составили молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет, проживающие в Московской области.

Авторами делается вывод, о том, что среди молодых людей за последние четыре года возрос уровень недоверия к власти, ее институтам. Возросло число тех, кто не воспринимает угрозы внешнего мира по отношению к России, считая их государственной пропагандой.

Политические предпочтения, молодежь, власть, Россия, политические деятели.

**DYNAMICS OF POLITICAL SITUATIONS OF THE RUSSIAN YOUTH:
 A COMPARATIVE SOCIOLOGICAL ANALYSIS**

K. V. Lapshinova, PhD in sociology, associate Professor of the
 Department of Humanities and social Sciences,
 State budgetary educational institution
 of higher education of the Moscow region
 «Technological University» («MGOTU»), Korolev, Russia.

A. A. Podolskaya, postgraduate student, faculty of social Sciences, National Research University
 Higher School of Economics, Moscow, Russia

Political attitudes and preferences of the population are one of the most important topics for sociological analysis. The focus of this study is to compare the political attitudes of Russian youth in 2015 and 2019. Such aspects as: the place and role of Russia in world history are considered, the attitude of Russians to such concepts as "national idea", state ideology is considered". The article focuses on the Political preferences of modern Russian youth, examines the role of political figures in the history of Russia.

The empirical base of the study is a survey conducted in 2015 and 2019. It surveyed 250 people in 2015 and 235 in 2019, the Sample made up of young people aged 18 to 35 years residing in the Moscow region. The authors conclude that among young people over the past four years has increased the level of distrust of the government, its institutions. The number of those who do not perceive the threat of the out-

side world has increased.

Political preferences, youth, power, Russia, politicians.

В современном социально-гуманитарном дискурсе вопрос формирования политического сознания и развития политического поведения россиян является весьма актуальным. После распада СССР особенно остро встал вопрос интеграции населения на постсоветском пространстве и формирования национальной идентичности [1]. В последние годы идут активные изменения во внутренней и внешней политике России. И от того, как граждане РФ воспринимают и оценивают эти преобразования, во многом зависит развитие нашей страны.

Для выявления политических настроений молодежи нами были проведены анкетные опросы в 2015 и в 2019 годах, в ходе которых было опрошено 250 респондентов в 2015 г. и 235 в 2019 г. Ранее авторами (в 2015 г. и 2018 г.) уже были опубликованы промежуточные результаты исследований политического поведения, но возрастные группы были представлены иные. [2; 4] В данном исследовании выборочную совокупность составили молодые люди в возрасте от 18 до 35 лет, проживающие в Московской области. Гендерный состав респондентов выглядит следующим образом: 50,2% женщин и 49,8% мужчин в 2015 г. и 54,4% женщин и 45,6% мужчин в 2019 г. Наиболее многочисленными группами по уровню материального благосостояния оказались респонденты из среднего класса, которые могут без труда приобрести вещи длительного пользования (43,1% в 2015 г. против 34,7% в 2019 г.) и те, для которых покупка вещей длительного пользования является затруднительной составили 32% в 2015 г. против и 41,9% в 2019 г. К категории бедных относят себя 7,6% в 2015 г. и 17,3% в 2019 г. Меньше всего среди респондентов богатых (3,1% и 2,8%) и людей, живущих за чертой бедности (3,6% и 2%). По приведенным данным видно, что молодые люди за последние четыре года стали чувствовать себя менее материально обеспеченными.

Результаты анкетирования свидетельствуют о значительной динамике политических воззрений российской молодежи за этот период.

Так, более половины молодых людей (53,2%), опрошенных в 2019 году, считают, что России надо догонять развитые страны мира в сфере экономики и производства, чтобы стать по-настоящему цивилизованной страной. В 2015 году такой ответ дали 47,9% респондентов. Самым популярным ответом тогда было утверждение, что Россия – это самобытная цивилизация, у нее свой особый путь развития (50%). Четыре года спустя с этим тезисом согласилось только 39,2% участников опроса. Более чем в 2 раза сократилось количество тех, кто полагает, что Россия вновь станет великой империей, прежде всего империей духа. Этот вариант поддержало 34,2% опрошенных в 2015 году и всего лишь 14,8% в 2019 году соответственно. За четыре года возросло количество человек, полагающих, что Россия никогда не станет европейской и демократической, она всегда будет нести в себе зло тирании и агрессии (12,8%). Судьба России – вывозить нефть и другое сырьё, в России невозможно развивать инновационную экономику (12%); в России никогда не будет все хорошо (17,2%). Более подробная информация представлена на рисунке 1.

Наблюдаются изменения в перечне наиболее вероятных угроз, стоящих перед РФ (см. рисунок 2). В 2015 г. наиболее популярными ответами были: угроза мирового экономического кризиса (60,5%); угроза Третьей мировой войны (55,4%); угроза информационной войны против РФ (44,6%). В 2019 г. этот перечень выглядел так: угроза мирового экономического кризиса (47,2%); угроза экологической катастрофы (47,2%); угроза Третьей мировой войны (40,4%). Респондентами были предложены и свои варианты ответа: *«Провокационные действия со стороны соседних стран»; «Возрастание неравенства между правящей олигархической элитой и населением, что может привести к непредсказуемым катастрофам, революции или же установлению радикального режима»; «Межклассовое расслоение общества может привести, и, я думаю, обязательно приведёт к возрождению социалистической идеи и её укреплению в массах. Что, в свою очередь,*

послужит причиной повторения Великой Октябрьской Революции»; «Наблюдаются тенденции радикализации и роста националистических настроений»; «Самый низкий социальный уровень, высокая смертность»; «Голод и невозможное выживание человека до пенсионного возраста»; «Коррупция».

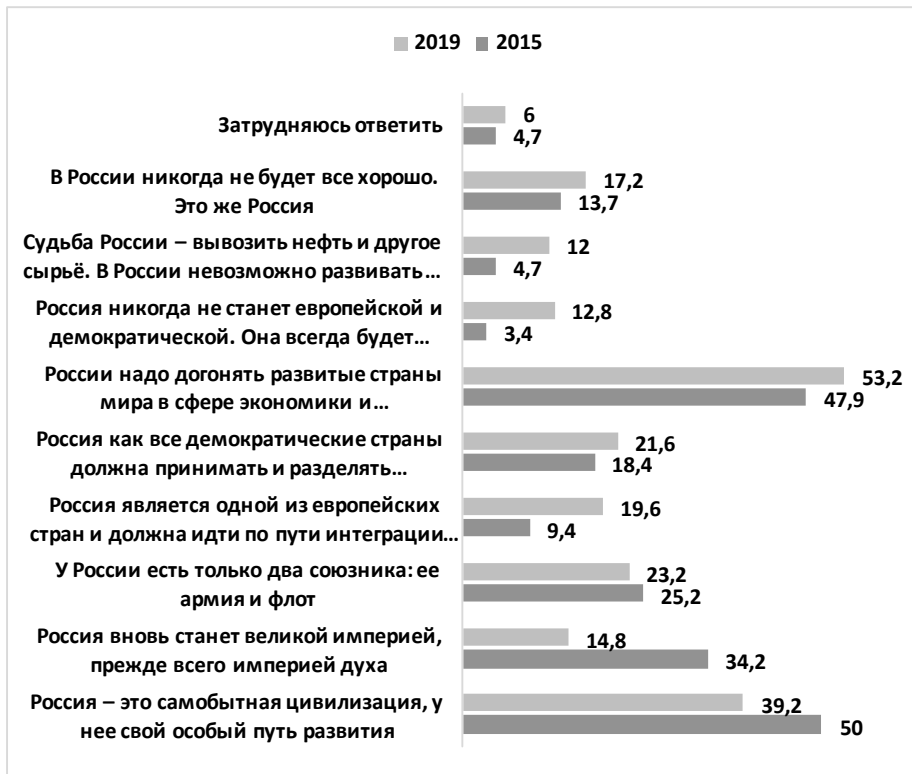
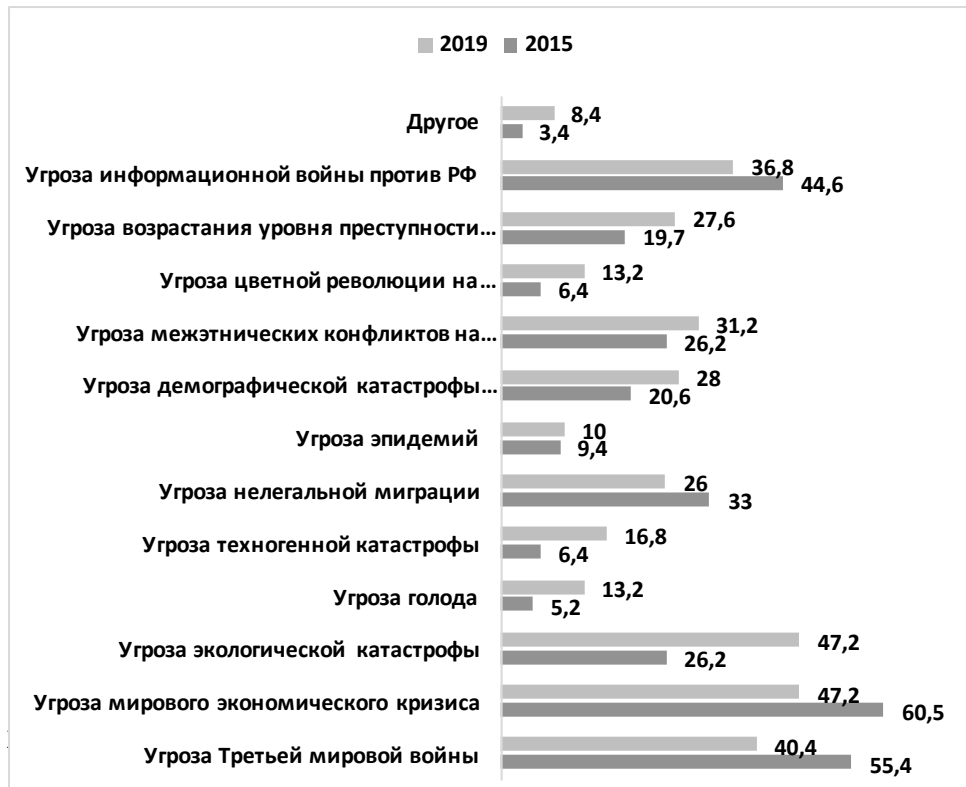


Рисунок 1 – Отношение к России (%)



Рисунок

ии (%)

На вопрос, ведется ли против России в настоящее время информационная война, и в 2015 и в 2019 годах наиболее популярным ответом было: «Да, она всегда ведется западными странами, так как им не нужна сильная Россия». Но, в течение последних четыре лет, процент, выбравших этот вариант ответа, уменьшился с 59,7% до 31,6%. В тоже время в два раза возросло количество участников опроса, полагающих, что никакой информационной войны нет, это лишь проправительственная пропаганда, которая нагнетает обстановку и формирует образ врага в лице других стран (20% в 2019 г., против 9,9% в 2015 г.).



Рисунок 3 – Как Вы думаете, ведется ли против России в настоящее время информационная война? (%)

Весьма показательным является вопрос об отношении молодежи к государственной идеологии. Несмотря на то, что (согласно Статье 13 Конституции [3]) в Российской Федерации признается идеологическое многообразие и никакая идеология не может устанавливаться в качестве государственной или обязательной, тем не менее в обществе не утихают споры о необходимости наличия государственной идеологии. Большая часть опрошенных нами молодых людей считает, что идеология нужна. Однако, если в 2015 г. такого мнения придерживались 64,9% опрошенных, то в 2019 г. их количество уменьшилось до 48%. Количество несогласных с важностью для России государственной идеологии увеличилось с 16,7% в 2015 г. до 25,6% в 2019 г. (см. Таблица 1).

На вопрос, нужна ли в России национальная идея, большинство опрошенных ответили позитивно. Однако их количество тоже снизилось. Если в 2015 г. такой позиции придерживались более 70% опрошенных (76,1%), то в 2019 г. – только 62,8%. Несколько возросло количество отрицательно ответивших респондентов: с 10,4% в 2015 году до 18% в 2019 г. (см. таблица 1).

Если важность государственной идеологии и национальной идеи в целом поддерживается респондентами, то вопросы о государственной пропаганде и цензуре воспринимаются негативно. При этом, если в 2015 г. «Нет» государственной пропаганде говорили 49,3% опрошенных, то через четыре года их количество возросло до 60,4%. Необходимость государственной пропаганды признали 30% респондентов в 2015 г. и лишь 16,8% в 2019 г. Похожее отношение наблюдается и к государственной цензуре. На вопрос, нужна ли России государственная цензура, большинство опрошенных как в 2015 г., так и в 2019 г. дали отрицательный ответ 44,1% и 55,6% соответственно.

В течении последних четырех лет процент опрошенных, положительно оценивающих это явление снизился (35,7% в 2015 г. до 27,6% в 2019 г.). Более подробная информация представлена в таблице 1.

Молодежь негативно относится к идее ограничения распространения и влияния иностранных СМИ. Так, если в 2015 году таких респондентов было 40,5%, то в 2019 их количество возросло до 58%. При этом практически в два раза сократилось число согласных с необходимостью ограничения распространения и влияния иностранных СМИ (с 39,6% в 2015 г. до 23,6% в 2019 г.).

Негативно воспринимается респондентами и ограничение распространения и влияния иностранных общественных организаций и фондов. За четыре года количество отрицательно относящихся к подобным мерам увеличилось с 33,2% в 2015 г. до 49,2% в 2019 г. В то же время практически в два раза уменьшилось количество респондентов, положительно оценивающих данные мероприятия (с 40,7% в 2015 г. до 24,8% в 2019 г.). Более подробная информация представлена в таблице 1.

Таблица 1 – Отношение респондентов к информационно-коммуникационным элементам политической жизни (%)

Утверждение	Год	Ответ		
		Да	Нет	Затрудняюсь ответить
1. Государственная идеология	2015	64,9	16,7	18,4
	2019	48	25,6	26,4
2. Национальная идея	2015	76,1	10,4	13,5
	2019	62,8	18	19,2
3. Государственная пропаганда	2015	30	49,3	20,7
	2019	16,8	60,4	22,8
4. Государственная цензура	2015	35,7	44,1	20,3
	2019	27,6	55,6	16,8
5. Ограничение распространения и влияния иностранных СМИ	2015	39,6	40,5	19,8
	2019	23,6	58	18,4
6. Ограничение распространения и влияния иностранных общественных организаций и фондов	2015	40,7	33,2	26,1
	2019	24,8	49,2	26

Говоря о политических настроениях российской молодежи нельзя не сказать о политических предпочтениях респондентов. Обращает на себя внимание то, что в 2015 году более половины респондентов (53,8%) симпатизировали партии «Единая Россия», тогда как в 2019 ее сторонников осталось только 23,2%. За четыре года количество респондентов, не поддерживающих ни одну партию РФ возросло с 7,2 % в 2015 г. до 47,6% в 2019 г. Почти все основные парламентские партии РФ понизили свой рейтинг. Так, КПРФ отметили 17,9% в 2015 г. и 8,4% в 2019 г., ЛДПР (13,8% и 10,8%), «Справедливая Россия» (7,2% и 6,4%), «Яблоко» (0,5% и 7,2%), «Партия прогресса» (2,6% и 1,6%), РПР-ПАРНАС (1,5% и 1,6%). Обращает на себя внимание, что возросла популярность партии «Яблоко». Среди других партий респондентами были названы: «Другая Россия», «Славянский союз» в 2015 г. и «Либертарианская партия России» (ЛПР), «Россия будущего», «Другая Россия» в 2019 г.

Среди факторов, повлиявших на становление политических взглядов, респонденты указали следующие: личный опыт, члены семьи и родственники, Интернет, друзья и коллеги, учителя и преподаватели, книги. Обращает на себя внимание тот факт, что возросла роль Интернета, а также влияние членов семьи и родственников. Но, лидирующие позиции среди факторов как в 2015 г., так и в 2019 г. занимает личный опыт респондента. Более подробная информация представлена на Рисунке 4.



Рисунок 4 – Факторы, повлиявшие на становление политических взглядов респондентов (%)

Наблюдается снижение доверия к Президенту РФ и Правительству (см. таблицу 2).

Таблица 2 – Уровень доверия к Президенту РФ и Правительству (%)

	Год	Доверяю	Скорее доверяю	Скорее не доверяю	Не доверяю	Затрудняюсь ответить
1. Президенту РФ	2015	49,3	31,1	7,6	6,7	5,3
		80,4		14,3		5,3
	2019	16	27,6	19,2	27,2	10
		43,6		46,4		10
2. Правительству РФ	2015	14,9	40,3	21,7	14	9
		55,2		35,7		9
	2019	6,4	19,2	28,4	34	12
		25,6		62,4		12

Несмотря на падение уровня доверия представителям власти, не наблюдается серьезного возрастания протестной активности молодежи. Так, большинство опрошенных, как в 2015, так и в 2019 годах, заявили, что никогда не участвуют в митингах. Хотя количество респондентов, выбравших данный ответ, за четыре года сократилось с 83,2% в 2015 г. до 65,6% в 2019 г. Параллельно с этим возросло число молодых людей, готовых участвовать в митингах оппозиции (с 7,3% до 13,2%), тогда как число готовых выйти на правительственный митинг значительно не изменилось (6% и 5,6%). Среди других ответов респондентов были такие как: «Митинги не эффективны. Они отражают позицию, а не готовность отстаивать её», «Ничего не изменится от митингов», «Бесполезно это, только разгонят и избьют. Нужно или всем народом выйти, или никому», «Живые примеры санкционированных митингов, на которых участников все равно привлекают к

ответственности отбивают желание их посещать». «Митинг? Это где росгвардия людей бьет? Нет, спасибо. Да и не придерживаюсь я никаких взглядов настолько, чтобы доказывать их с пеной у рта». Данные примеры во многом объясняют непопулярность митингов из-за потери веры в эффективность этого метода и боязни за собственную жизнь (см. Рисунок 5).

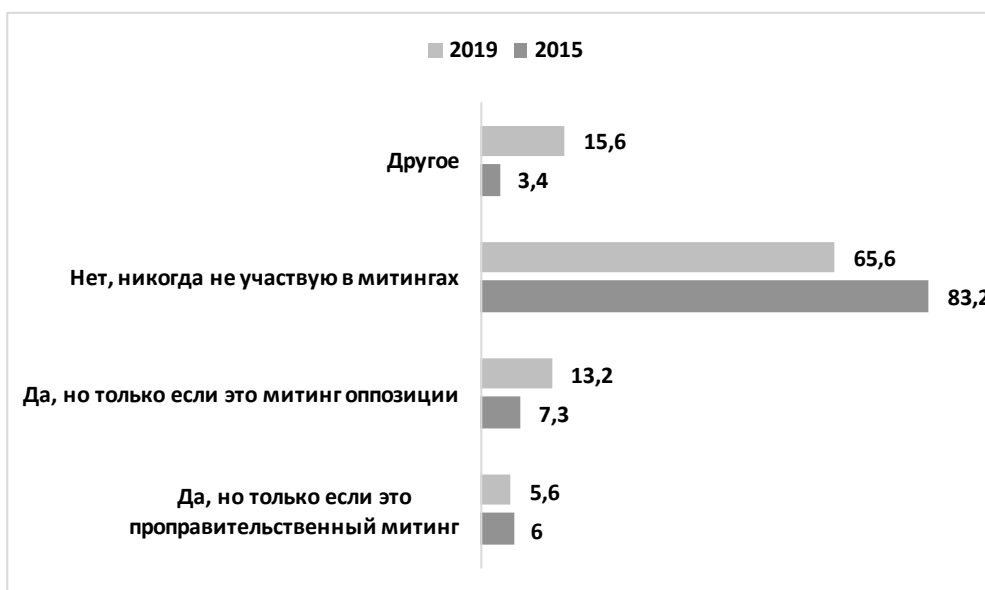


Рисунок 5 – Готовы ли Вы были в ближайшую неделю выйти на митинг, если бы такой был организован? (%)

Данные показывают, что большинство респондентов считают себя патриотами России. Однако, однозначный ответ на этот вопрос дали только 35,4% в 2015 и 25,2% в 2019 годах. Скорее считают себя патриотами 39,7% и 38,4% соответственно. Возросло количество молодых людей, не считающих себя патриотами (см. рисунок 6).

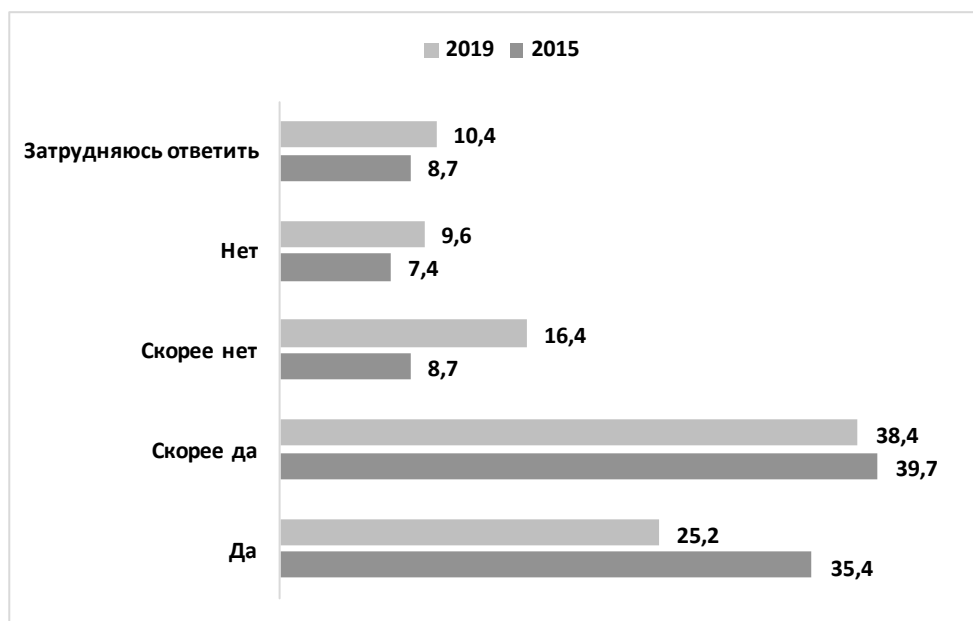


Рисунок 6 – Считаете ли Вы себя патриотом России? (%)

Увеличилось практически в два раза и число респондентов желающих эмигрировать из

России (с 23,4% в 2015 г. до 40,4 % в 2019 г.). При этом процент желающих остаться в стране практически не изменилось за четыре года (49,8% в 2015 г. и 49,6% в 2019 г.). Более подробная информация представлена на Рисунке 7.

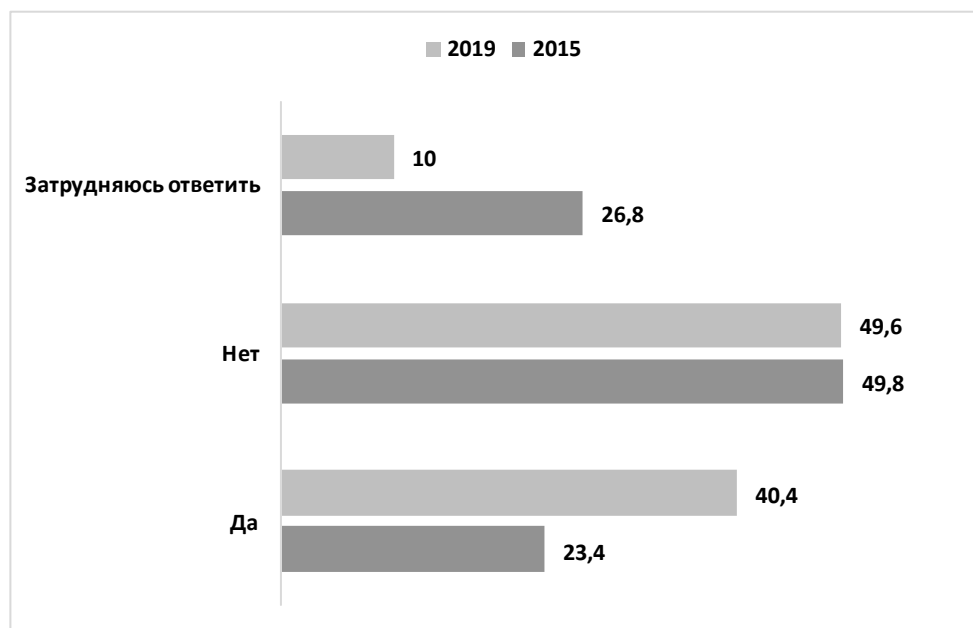


Рисунок 7 – Хотели бы Вы эмигрировать из России в другую страну? (%)

В марте 2014 года произошло присоединение Крыма к РФ. В целом респонденты положительно оценивают это событие. Тем не менее, количество молодых людей поддержавших это решение за четыре года снизилось с 77,2 в 2015 г. до 65,2% в 2019 г., в то время как число тех, кто не поддерживает возросло с 12,1% в 2015 г. до 20% в 2019 г.

Последний блок вопросов в анкете касался отношения респондентов к политическим лидерам.

Респондентам предлагалось ответить на вопрос: «Какому российскому политическому деятелю XX или XXI вв. Вы бы поставили памятник?». В 2015 г. 42% респондентов предложили поставить памятник Президенту РФ В. В. Путину. Это был самый популярный ответ. Через четыре года эту инициативу поддержали только 15,8% участников опроса. Самым популярным ответом в этот период был ответ «Никому» (27,4%). В то время как в 2015 г. такой вариант выбрали только 7,6% опрошенных. Второе по популярности предложение в 2015 г. было поставить памятник И.В. Сталину (13%). В 2019 г. этот вариант поддержало на 4,5% меньше респондентов. Зато несколько увеличилось количество желающих поставить памятники В.И. Ленину (3,8% и 4,3%) и Николаю II (3,1% и 3,8%).

Далее респондентам предлагалось оценить вклад в развитие России ряда политических и военных деятелей XX и XXI вв. Больше негативно, чем положительно молодые люди оценивают деятельность таких политиков как С.А. Бандера, Н.С. Хрущев, М.С. Горбачев, Б.Н. Ельцин, Д.А. Медведев, А.А. Навальный, К.А. Собчак. Больше положительно, чем отрицательно молодые люди оценивают деятельность Николая II, В.И. Ленина, И.В. Сталина, Л.И. Брежнева, В.В. Путина. Интересно отметить, что рейтинг деятельности ныне действующих политиков за четыре года резко понизился. Так, деятельность Д.А. Медведева в 2015 г. оценивали положительно 68,6% опрошенных, а в 2019 г. таких было только 29,6%. Оценка вклада в развитие России ряда политических и военных деятелей вызвала у респондентов затруднение. В основном это касается деятелей белого движения (А.Ф. Керенский, А.В. Колчак, П.Н. Врангель, Л.Д. Троцкий, А.А. Власов). Более подробная информация представлена в таблице 3.

Таблица 3 – Вклад в развитие России политических и военных деятелей (%)

	2015			2019		
	+	-	з/о	+	-	з/о
1. Николай II	55,1	16,4	28,5	47,6	26	26,4
2. Керенский А.Ф.	20,6	21,1	58,3	20,8	22,8	56,4
3. Колчак А.В.	25,9	21	53,2	25,6	23,2	51,2
4. Врангель П.Н.	27,7	20,3	52	26	18,4	55,6
5. Ленин В.И.	54,6	31,5	13,9	52,4	25,6	22
6. Троцкий Л.Д.	30,9	32,4	36,7	30,4	31,2	38,4
7. Сталин И.В.	57,4	27,3	15,3	48	33,2	18,8
8. Власов А.А.	11,2	36,4	52,4	15,2	34	50,8
9. Бандера С.А.	7,6	61,7	30,8	8,8	53,6	37,6
10. Хрущев Н.С.	37	45,3	17,6	30,4	42,4	27,2
11. Брежнев Л.И.	40,7	35,1	24,3	38	36	26
12. Горбачев М.С.	28,4	52,6	19,1	24	50	25,6
13. Ельцин Б.Н.	19,2	61,1	19,2	16,8	61,6	21,6
14. Путин В.В.	84,4	9	6,7	52,8	32,4	14,8
15. Медведев Д.А.	68,6	15,5	15,9	29,6	48,8	21,6
16. Навальный А.А.	Нет данных			32,8	40,4	26,8
17. Собчак К.А.	Нет данных			9,6	59,6	30,8

Подводя некоторые итоги, можно сказать, что наблюдается динамика политических настроений молодежи Подмосквья. Оценки социально-исторических и современных политических процессов становятся все более критическими. Особенно сильным изменениям за четыре года подвергся такой параметр, как уровень доверия к власти. Вызывают опасение и такие тенденции, как непонимание молодыми людьми роли политической пропаганды и цензуры, а также недооценка ими влияния на формирование политического и общественного сознания иностранных СМИ, общественных организаций и фондов.

Литература

1. Бузмакова Т.И., Лапшинова К.В., Флоря В.М. Перспективы развития постсоветской интеграции // Социально-гуманитарные технологии. 2016. № 1. С. 71-76.
2. Кирилина Т.Ю., Лапшинова К.В., Татарова С.Ю. Цивилизационное развитие России в оценках современной студенческой молодежи // В мире научных открытий. № 7.9 (67) 2015. С. 1070-1079.
3. Конституция Российской Федерации (принята 12.12.1993). [Электронный ресурс] // Справочно-поисковая система «КонсультантПлюс». Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28399/ (дата обращения 30.09.2019).
4. Лапшинова К.В. Образ России в оценках россиян: социологический анализ // Социально-гуманитарные технологии. 2018. №3(7). С. 20-24.

УДК 316.3

МЕСТНОЕ САМОУПРАВЛЕНИЕ КАК РЕСУРС ОБЩЕСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ НА ПРИМЕРЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА КОМФОРТНОЙ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

А.О. Лепешкин, аспирант первого года обучения кафедры гуманитарных
и социальных дисциплин,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет», г. Королев, Московская область

Динамично развивающиеся города заставляют нас задумываться о будущем. Что способны сделать органы местного самоуправления для того, чтобы наши мегаполисы одновременно оставались точками притяжения для миллионов людей, но вместе с тем выступали в роли одного из ресурсов общественного развития. Развитие комфортной городской среды как инвестиция в развитие общества.

Комфортная городская среда, развитие города, государство.

LOCAL GOVERNMENT AS A RESOURCE FOR SOCIAL DEVELOPMENT ON THE EXAM- PLE OF A COMFORTABLE URBAN ENVIRONMENT.

A.O.Lepeshkin, graduate first year of the Department of Humanitarian and social disciplines,
State Educational Institution of Higher Education
Moscow Region «University of technology», Korolev, Moscow region

Dynamically developing cities make us think about the future. What will these cities be like, what should we do and how should we live in them? What can local governments do to ensure that our megacities at the same time remain points of attraction for millions of people, but at the same time act as one of the resources of social development. Development of a comfortable urban environment as an investment in the development of society.

Comfortable urban environment, city development, state.

Актуальность выбранной темы объясняется, прежде всего, современными запросами общества на комфортное проживание в городе, стране. После распада СССР и периода, непростых 90-х годов, когда каждое направление экономики страны было в полнейшем упадке, многие выживали как могли и сводили концы с концами, говорить о какой-либо комфортной среде не представлялось актуальным. За последние десятилетия отечественная экономика стабилизировалась, уровень жизни по сравнению с 90-ми годами подрос, следовательно, и запросы общества на создание в городах комфортной среды также имеют полное право на существование.

Отвечать на насущные запросы общества должны представители органов власти, главным образом на местах. Кроме того, местное самоуправление имеет все необходимые ресурсы для того, чтобы ежегодно стимулировать общественное развитие (в нашем случае путем создания и развития комфортной городской среды), причем не только на своей подведомственной территории, но и переносить позитивный опыт на ближайшие города и территории, с учетом маятниковой миграции населения и трансформации духовно-нравственных ценностей россиян в контексте глобализации [4].

Крупные города сегодня являются центром притяжения для миллионов людей. Например, Чарльз Фосетт отмечал, что одной из существенных особенностей положительной динамики роста городских популяций в наиболее прогрессивных странах мира является формирование и становление крупных городских агломераций. При этом он отмечал, что подобные агломерации превосходят по размеру и численности населения многие великие города прошлого. Фосетт объяснял, что формирование подобных городских агломераций достигалось путем роста небольших городов,

при котором отмечалось движение навстречу друг другу до тех пор, пока территории городов практически не сливались в единую территорию. Вместе с тем, каждая из подобных агломераций имеет внутри себя множество центров, которые выступают в роли точек притяжения для людей. При этом участки территорий с наименьшей плотностью, которые ранее были пригородами соединяются с участками, имеющими большую плотность. Подобные скопления людей представляются новым, но уже привычным способом расселения человека на планете. Нельзя не отметить и тот факт, что подобное скопление людей на территории агломерации имеют важную географическую и социальную значимость, ввиду того, что в совокупности различных факторов подобное заселение людей на одной территории порождает новые, отличные от ранее изученных, ситуации и проблемы в организации жизнедеятельности и благосостоянии жителей [2].

Кроме того, в мегаполисах наиболее ярко прослеживаются тенденции накопления богатств, ввиду того что любой мегаполис или относительно крупный город сосредотачивает в себе наибольшее количество точек притяжения. Данными точками выступают офисы (рабочие места), достопримечательности (туризм, отдых), магазины и рестораны (шоппинг, питание), парки и театры (отдых). Все перечисленные территории являются неотъемлемой частью любого мегаполиса и концентрируют в себе наибольшее количество населения. Из этого вытекает проблематика развития городских пространств.

Изучение данной проблематики наиболее ярко выражено в научном труде Эрнста Бёрджеса «Рост города: введение в исследовательский проект» (1925 г.) [2]. Данная работа, в рамках социального картографирования Чикаго, проводилась в период с 1924 по 1930 год. Этот научный труд смог наиболее полно изучить существующие проблемы города (Чикаго), а также стать ключевым источником информации для разного рода политических и общественных организаций.

Эрнст Бёрджест жил во времена активного развития городов США и в своей работе он отмечал тот факт, что отличительной чертой общества того времени является динамический рост городов. При этом проанализировав существующие исследования, американский ученый говорил о том, что при изучении проблем города ученые делали акцент лишь на описании жизни обитателей трущоб, что является не совсем верным, ввиду того что данные исследования главным образом показали отличительные черты городских популяций, которые были противопоставлены сельским популяциям. При этом подобные изменения выступают лишь одной из частей совокупного роста агломерации.

В своем труде Бёрджест отмечал факт «экспансии» при росте агломерации, который был исследован и зафиксирован специалистами, которые занимались городским зонированием и планированием территорий. Он заметил и факт того, что при существующей тенденции «избыточности» среди некоторой части населения, она постепенно распространяется на все более обширные территории, которые под ее воздействием вовлекаются в более широкую общественную жизнь, что является несомненным плюсом. Ярким и наглядным примером может послужить фильм «Великий Гэтсби», в котором наиболее детально постарались воссоздать Чикаго тех лет, с ярко выраженными зонами роста города, когда герои едут через стройки в центр и обратно. В этом отрезке фильма можно увидеть контраст города, от наиболее развитого центра с высокими зданиями и красивыми тротуарами до грязных улиц и небольших барачков.

Интересным предстал тот факт, что процесс роста городов от точек притяжения к другим территориям ранее не был изучен, хотя большинство собранных материалов для данного исследования уже имелось в наличии, благодаря проведенному ранее региональному обследованию и городским планам. Процесс роста городов Бёрджест изобразил в виде кругов, где в идеальной конструкции присутствуют следующие зоны:

А. Центральный деловой район.

В. Переходная (транзитная) зона, которая окружает центральный район. В данной зоне находится легкая промышленность и бизнес.

С. На территории третьей зоны проживают рабочие, покинувшие вторую «переходную» зо-

ну, находясь при этом недалеко от своих рабочих мест.

Д. Следующая зона, это зона резиденций – особняков для одной семьи, а также комфортных многоквартирных домов.

Е. Пригородная зона или зона городов спутников является последней (рис. 1).

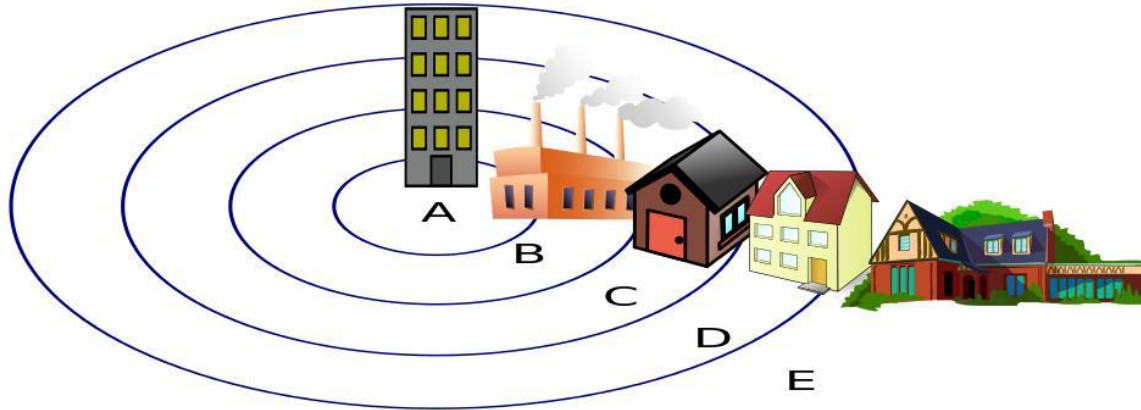


Рисунок 1 – городские зоны Э. Бёрджеста

Данная структура развития городов является оптимальной и по сей день, так как достаточное количество крупных мегаполисов попадают под данную структуру в той или иной степени. Многие города в США (Чикаго, Нью Йорк, Лос Анджелес) построены и имеют примерно схожую структуру, особенно это заметно на снимках с космоса, можно отчетливо разглядеть зоны от центра к окраинам и пригородам. Москва также не является исключением еще со времен древней Руси, город застраивался радиусами, а позже во времена СССР подгонка под данную структуру стала более явной. Причем подгонка произошла сама собой, автоматически без оглядки на тип застроек в других странах.

Свое исследование «естественных районов» Бёрджест проводил, опираясь на два главных направления. Во-первых, это определение пространственного облика района в целом, а именно: размещение местных сообществ, изучение топографии района, его ландшафта и инфраструктуры. Во-вторых, исследование культурной составляющей района: образа жизни местных жителей их обычаев и стереотипов. Все это позволило ему описать имеющуюся сегодня структуру развития городов, которая не потеряла актуальности и по сей день.

Нельзя забывать и о том, что в своей работе Э.Бёрджест указывал на то, что рост городских агломераций стимулируется и извне, путем мобильности и миграции населения. Вместе с тем пространственная мобильность выступает в роли катализатора для социальной мобильности, как следствие, фундаментом идеи концентрических зон является динамика городских процессов в целом. Городская динамика имеет циклический характер, двигаясь от центра к окраинам, которые под ее воздействием начинают расширяться в новом диапазоне. Наглядным примером данного факта может послужить присоединение новых территорий к Москве.

И действительно, несмотря на разные точки зрения, на сегодняшний день развитие городов происходит именно по данному принципу: от центра к окраинам, от окраин в сторону городов спутников, которые также развиваются и на выходе мы имеем движение городов на встречу друг к другу. Подобное движение осуществляется с разной интенсивностью, в зависимости от размера города и его комплексного развития в целом.

В процессе движения и развития рано или поздно возникает необходимость формирования новых городских ареалов, особенно в зонах, которые раньше были неблагоустроены (бывшие промышленные зоны, пустыри, заброшенные и недостроенные здания, бараки). Более того, в дан-

ных зонах активно продвигается процесс точечной застройки многоэтажными жилыми, офисными и торговыми зданиями, что дополнительно стимулирует процесс создания точек привлекательности для населения, особенно из дальних и соседних регионов/территорий. Вместе с тем очень часто возникает вопрос адаптации населения к жизни в новых для себя условиях. В данной связи местное самоуправление должно активно вовлекаться в существующие на территории проблемы, анализировать очаги социальной напряженности и выработать пути их устранения, тем самым способствуя общественному развитию, стимулирующего легкий процесс адаптации и жизни в новых условиях.

Наиболее наглядным примером развития городского пространства и создания максимально комфортной городской среды в нашей стране является Москва. За последние два десятилетия Москва преобразилась весьма серьезно, пересмотрены многие городские локации, вложены огромные деньги в различные проекты и инфраструктуру. Как результат, Москва сегодня – это не только столица нашей Родины, но и центр притяжения для большинства граждан нашей страны. Одним из подтверждений этому факту является отчет, представленный в июле 2018 года, компанией «The Boston Consulting Group» (далее – BCG). Сотрудники компании провели «Исследование развития комфортной городской среды в Москве и ведущих городах мира» [3].

В данном исследовании, с учетом российской практики, был определен список основных элементов комфортной городской среды, а именно:

1. Дом и двор – основные элементы, которые связаны с местами проживания горожан.
2. Транзитные пространства – это элементы, напрямую связанные с движением населения из одного объекта в другой, а также внутри объекта, и обеспечением их безопасности во время подобных перемещений.
3. Точки притяжения – это те элементы, которые связаны с локациями и объектами, которые используются населением для своего времяпрепровождения вне работы или дома (рис. 2).

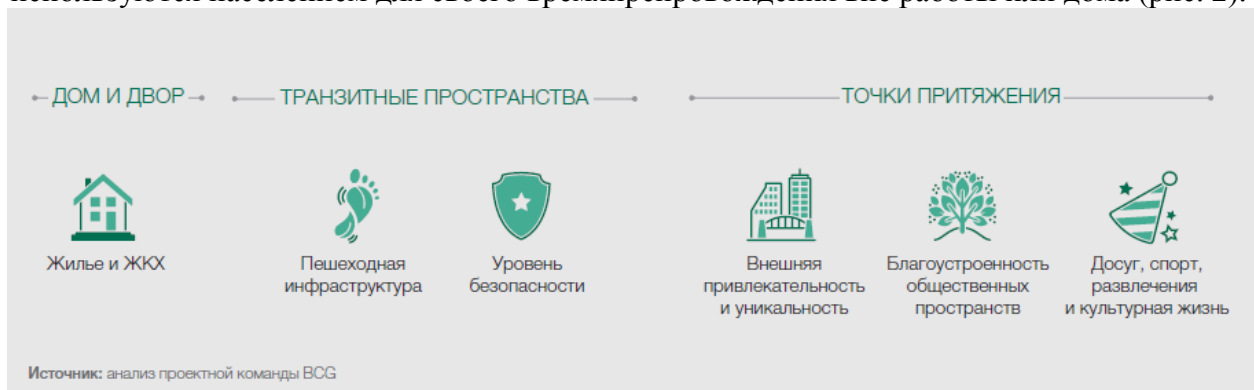


Рисунок 2 – Шесть элементов комфортной городской среды, сгруппированные по трем категориям

Команда BCG в своем исследовании выбрала методику детальной оценки по широкому набору количественных показателей. Данная методика способная измерять различные параметры качества и доступности городской среды, а также оценить влияние самой среды на горожан. К параметрам среды относятся количественные характеристики имеющейся городской инфраструктуры, например, такие как общая площадь парков. Сама же степень влияния на жителей города измеряется исходя их оценки имеющегося спроса на саму инфраструктуру. Кроме того, данная оценка может показать, насколько эффективно инвестиции в благоустройство и комфортную городскую среду конвертируются в положительное восприятие и изменения в поведении жителей города, что весьма актуально в рамках выбранной темы.

Проводя анализ полученных в ходе исследования BCG данных, хотелось бы отдельно отметить основные ключевые моменты, а именно:

1. Сравнение Москвы было проведено с 11 мегаполисами, которые находятся на разных

континентах и сопоставимы по численности населения и уровню дохода. Такими мегаполисами стали: Мехико, Сан-Паулу, Шанхай, Нью-Йорк, Гонконг, Лондон, Париж, Берлин, Сингапур, Токио и Сеул.

2. Сравнение мегаполисов было произведено по шести элементам комфортной городской среды, указанным на рисунке 2.

Сравнительный анализ продемонстрировал, что основными конкурентными преимуществами Москвы в сравнении с мировыми мегаполисами, является: высокий уровень безопасности, благоустроенность общественных пространств, большие возможности в сфере досуга и привлекательный внешний облик города.

Вместе с тем было установлено, что город показывает не самые лучшие результаты в сфере ЖКХ, а также отстает от других мегаполисов по качеству и доступности пешеходных зон. Также было выявлено, что имеет место быть недостаточная эффективность влияния инфраструктурных инвестиций в качестве рычага влияния на восприятие и поведение горожан. Однако, ситуация в данной сфере не является критической и подлежит исправлению в долгосрочной перспективе, учитывая активное продвижение инфраструктурных проектов, направленных на создание комфортной городской среды. Вместе с тем, необходимо заметить, что для достижения данной задачи, органам местного самоуправления весьма важно использовать данные проекты как один из способов непосредственного влияния на воспитание, культуру и поведение горожан, что позволит задать дополнительный импульс на улучшение общественного климата.

Начиная с 2011 года, Москва встала на путь активной реализации долгосрочного проекта комфортной городской среды. Повышая благоустроенность жилых домов и прилегающих территорий, а также создавая новые точки притяжения, за 8 лет правительство Москвы смогло добиться существенных успехов, нарастив обеспеченность города качественной инфраструктурой по большинству элементов городской среды. Например, по длине пешеходных зон Москва находится на 7 месте среди 11 сравниваемых в исследовании мегаполисов, абсолютным лидером является Париж. Однако нельзя не отметить прогресс в данном направлении, с 2011 года длина пешеходных улиц увеличилась более чем в 5 раз (рис. 3).

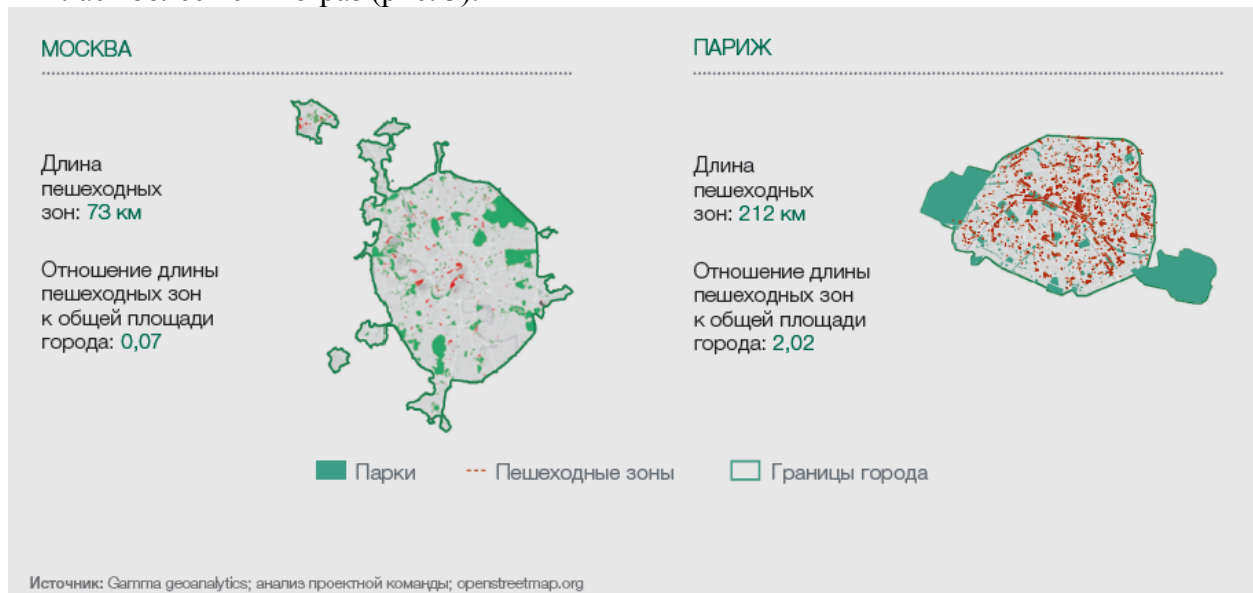


Рисунок 3 – Длина и плотность пешеходных зон в Москве и мегаполисе-лидере Париже

Важнейшим параметром в благоустройстве города является безопасность, в данном случае уровень освещенности. В период с 2011 по 2017 год в Москве были освещены более 16 тысяч объектов, что позволило вывести город в топ 5 самых освещенных городов мира. Схожая ситуация и по установке камер видеонаблюдения, на сегодня этот показатель составляет 160 тысяч камер, это

больше чем в Париже, Берлине и Нью-Йорке. Москва занимает 5 место по количеству камер на квадратный километр. В совокупности по указанному «уровню безопасности» Москва находится на лидирующих позициях среди мировых мегаполисов.

Сфера туризма является также немаловажной и в данном направлении имеются определенные успехи. Так, по числу достопримечательностей Москва занимает 2 место, уступая лишь Токио, а благодаря проделанной работе по реставрации и открытию новых достопримечательностей, город выходит на лидирующие позиции вместе с такими городами как Лондон и Париж.

Помимо указанных достижений в Москве в 2 раза выросло общее количество парков, открылись такие значимые зеленые зоны, такие как парк «Зарядье». В настоящее время Москва занимает лидирующие позиции по элементу «благоустроенности общественных пространств», а также находится в списке лидеров по бесплатным городским фестивалям, сравнявшись с Берлином, который является одним из мировых лидеров по данному направлению.

Совокупность указанных достижений приносит сейчас и будет приносить в дальнейшем огромную практическую пользу. Уже сейчас положительный эффект на лицо, ведь благоустройство столицы логичным образом вызвало улучшение восприятия и изменение поведения москвичей, а также гостей столицы по многим элементам городской среды (рис. 4).



Рисунок 4 – Изменения в поведении москвичей в период с 2013 по 2017 года

Благодаря инвестициям в городское благоустройство, за период с 2013 по 2017 гг. в Москве произошли следующие положительные изменения:

- Число пешеходов на благоустроенных городских улицах возросло в 4,5 раза;
- Велопрокатом стали пользоваться в 23 раза чаще;
- Каждое третье фото на благоустроенных уличных пространствах сделано в темное время суток;
- Москвичи стали ходить на городские фестивали в 10 раз чаще;
- Каждый третий москвич занимается физкультурой и спортом [3].

Вышеуказанные показатели максимально отражают степень полезности инвестирования в благоустройство городских пространств и вместе с тем конвертирования данных инвестиций в положительные изменения поведения горожан. Благодаря реализации проектов по формированию комфортной городской среды местное самоуправление выступает как ресурс общественного развития и указанные в тексте факты являются прямым тому доказательством.

Отдельно необходимо затронуть экономическую составляющую. В процессе формирования и модернизации городских пространств все затрачиваемые ресурсы дают еще один побочный положительный эффект в виде дополнительной выручки предприятий сферы потребительского рынка и услуг, а, следовательно, большего количества поступающих в бюджет города налоговых сборов. Доходу во многом способствует увеличение туристического потока. Так в 2017 году в бюджет города Москвы поступило 97,9 миллиардов рублей, а в 2018 почти на 20 миллиардов больше – 118 миллиардов [1].

Подводя итог необходимо заключить, что научный труд Эрнста Бёрджеса «Рост города: введение в исследовательский проект» (1925 г.) актуален и по сей день. Современные мегаполисы являются мощнейшими точками притяжения для огромного количества людей ввиду накопления внутри себя множества «магнитов» таких как рабочие места, высокий уровень жизни, туризм и отдых. Накапливая в себе огромное количество людей, городские пространства начинают естественным образом расширяться, аккумулируя вокруг себя новые территории. В данной связи актуальность проведения проектов, направленных на реализацию устойчивого развития территорий посредством формирования комфортной городской среды, не вызывает каких-либо вопросов, особенно учитывая положительную практику крупных городов, таких как Москва. Вместе с тем, инвестирование в благоустройство оказывает положительный эффект и на изменения поведения горожан в целом, что является прямым доказательством того, что органы местного самоуправления могут и должны быть ресурсом общественного развития.

Литература

1. Доходы от туризма в Москве в 2018 году составили 118 млрд рублей // Информационное телеграфное агентство России (ИТАР-ТАСС). [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://tass.ru/moskva/6286910> (дата обращения: 01.10.2019)
2. Ефременко Д.В. Чикагская социология: Сб. переводов / РАН. ИНИОН. Центр социал. науч. - информ. исслед. Отд. социологии и социал. психологии; сост. и пер. Николаев В.Г.; Отв. ред. Ефременко Д.В. // М.: ИНИОН РАН. 2015. 430 с.
3. Исследование развития комфортной городской среды в Москве и ведущих городах мира: публичный отчет. Коллектив авторов. Официальный сайт The Boston Consulting Group [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.bcg.com/ru-ru/publications/2018/comfortable-urban-environment.aspx> (дата обращения: 01.10.2019).
4. Кирилина Т.Ю. Трансформация духовно-нравственных ценностей россиян в контексте глобализации Кирилина Т.Ю. Ученые записки Российского государственного социального университета. 2012. № 7 (107). С. 54-57. Электронный ресурс. Режим доступа: <https://elibrary.ru/item.asp?id=18736704> (дата обращения: 01.10.2019).

УДК 316.356.2

ТИП СЕМЬИ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЕТСКОГО НАСЕЛЕНИЯ

И.Н. Разварина, младший научный сотрудник
отдела исследования уровня и образа жизни населения,
Л.Н. Нацун, младший научный сотрудник
отдела исследования уровня и образа жизни населения,
Федеральное государственное бюджетное учреждение науки
«Вологодский научный центр Российской академии наук»
(ФГБУН ВолНЦ РАН), г. Вологда.

Качество человеческого потенциала детского населения определяет облик будущего общества. Семья, образование и здравоохранение – институты, которые обладают возможностью управлять формированием полезных для прогрессивного социально-экономического развития человеческих качеств. Работа посвящена влиянию типа семьи на формирование человеческого потенциала детского населения (ЧПДН). Информационную базу составили результаты выборочного социологического обследования семей с детьми Вологодской области. Они могут найти применение в практике социального управления в сферах образования, здравоохранения, семейной политики, в деятельности социально-ориентированных некоммерческих организаций.

Детское население, человеческий потенциал, институт семьи, развитие детей, полные семьи, неполные семьи.

FAMILY TYPE AS A FACTOR OF FORMING HUMAN POTENTIAL OF CHILD POPULATION

I.N. Razvarina, Junior Researcher,
Department of Researching the Level and Lifestyle of the Population,
L.N. Natsun, Junior Researcher,
Department of Researching the Level and Lifestyle of the Population,
Federal State Budgetary Institution of Science
«Vologda Scientific Center of the Russian Academy of Sciences»
(FSBSI VolINTs RAS), Vologda.

The quality of the human potential of the child population determines the face of the future society. Family, education and health care are institutions that have the ability to manage the formation of human qualities that are useful for the progressive socio-economic development. The work is devoted to the influence of family type on the formation of the human potential of the child population (PPS). The information base was compiled by the results of a sample sociological survey of families with children of the Vologda Oblast. They can find application in the practice of social management in the fields of education, healthcare, family policy, in the activities of socially oriented non-profit organizations.

Children's population, human potential, family institution, child development, full families, single-parent families.

Как свидетельствует мировой опыт, эффективное развитие и использование потенциала молодого поколения является главным преимуществом стран с инновационной экономикой. Развитие ЧПДН в перспективе позволит применять новейшие технологии в экономике, что будет спо-

способствовать увеличению производительности труда, повышению конкурентоспособности продукции и росту качества жизни населения. Все это обуславливает поиск оптимальных путей и направлений повышения качества детского населения. Тем не менее, существуют проблемы, одной из которых является нахождение вариантов разрешения конфликта между обязанностями родителей воспитывать детей и возможностью обеспечивать достойный уровень жизни семьи. Образовательные организации берут на себя обязательства, в основном касающиеся предоставления образовательных услуг. В то же время, для воспитания детей необходимы специальные педагогические компетенции, позволяющие своевременно реагировать на возможные угрозы, в том числе и связанные с развитием новых информационно-коммуникационных технологий. В силу загруженности на работе родители испытывают нехватку времени для общения с ребенком, что может отрицательно повлиять на характер межличностных отношений, усложнить формирование у детей основных социальных ценностей, таких как благополучная семья, образование, интересная работа, карьера, материальное благополучие, наличие верных друзей, здоровье, любовь, успешное личностное развитие. Нарушение детско-родительских отношений может повлиять на психологическое состояние ребенка и препятствовать гармоничному развитию личности. В целом, недостаточный воспитательный потенциал семьи и нехватка времени на воспитание детей в современном мире являются значимыми препятствиями формирования ЧПДН [8].

Цель исследования состояла в том, чтобы проверить предположение о влиянии типа семьи (полная или неполная) на формирование элементов человеческого потенциала детей.

В современных условиях вариативности стратегий родительского поведения требует дополнительной проверки гипотеза – полная семья является более благоприятной для полноценного формирования здорового и развитого поколения по сравнению с неполной.

Теоретико-методологическая база.

Человеческое развитие и потенциальные возможности личности в современном мире вошли в число критериев оценки экономического прогресса [6]. Идея человеческого развития, связанная с решением социально-экономических задач, привела к разработке концепции «человеческого потенциала» [1]. К настоящему времени более подробно изучены его отдельные составляющие, такие как уровень образования, состояние здоровья, профессиональные, семейные характеристики [9]. Внимание исследователей направлено как на оценку человеческого потенциала, так и на анализ комплекса факторов, влияющих на него [5]. Эти исследовательские задачи взаимосвязаны, так как для интерпретации полученных результатов необходимо учитывать действие различных факторов, определяющих формирование компонентов человеческого потенциала. Информацию о ЧПДН дают социологические методы. Существует несколько взглядов на возможность их применения при изучении детского населения. Ряд ученых полагают, что возможно лишь теоретическое изучение с использованием экспертного мнения взрослых и отрицают возможность опроса детей [3]. Другие же считают, что выяснять мнение детей возможно, используя адаптированные к изучению детской аудитории методики с преобладанием качественного и проективного подходов [4]. Считаем, что одним из эффективных методов является социологический опрос детей и родителей.

Сейчас одним из понятий, на которых сосредоточены ученые и законодатели в мире, выступает «детское благополучие», связанное с соблюдением прав и удовлетворением потребностей детей. Представленный термин описывает, какие результаты удалось получить при создании *благоприятных условий для развития детей*. Само понятие «человеческий потенциал детского населения» характеризует совокупность качеств, приобретённых детьми в процессе социализации. Использование понятия «детское благополучие» необходимо для создания методики измерения человеческого потенциала детского населения [7].

При изучении ЧПДН мы использовали деятельностный подход, сформулированный в рамках работы над проектом [2].

Данное исследование направлено на установление наличия или отсутствия влияния типа семьи на процесс формирования ЧПДН.

Семья это один из главных институтов социализации детей. С семейной атмосферой тесно связано как психическое, так и физическое здоровье человека, уровень развития интеллектуальной сферы, способность к социальному взаимодействию. Поэтому важным представляется оценить влияние типа семьи на формирование ЧПДН.

В полной семье ребенок с первых дней жизни оказывается вовлеченным в социальные отношения. Это позволяет ребенку учиться общению с людьми, понимать различия во взглядах окружающих, на примере собственных родителей наблюдать за разной реакцией людей противоположного пола, за их взаимоотношениями, выстраивая тем самым определенную модель поведения в обществе.

В неполной семье ситуация противоположная. У ребенка есть только один родитель, и дети не понимают, как происходит его общение с другими людьми, в частности, – с представителями противоположного пола. Ребёнок не может наблюдать за семейными отношениями со стороны, и, соответственно, его модель поведения в обществе формируется иначе, чем у детей из полных семей. Помимо коммуникативных навыков и другие компоненты человеческого потенциала могут зависеть от типа семьи, это состояние здоровья, уровень интеллектуального развития (у детей дошкольного возраста), освоения школьных знаний.

Методы. В исследовании использованы общенаучные методы – синтез и сравнительный анализ данных, а также социологические методы исследования.

Информационной базой исследования послужили данные социологического опроса родителей детей 3-6, 7-10, 11-14 и 15-17 лет. Исследование проводилось в рамках проекта РФФИ № 18-011-01039 на тему «Инструменты повышения человеческого потенциала детского населения в условиях социально-экономических трансформаций общества» в 2018 году.

В рамках выполнения настоящей работы изучались следующие аспекты: здоровье, уровень интеллектуального развития у детей дошкольного возраста, уровень обучаемости школьников, сформированность ценностей коммуникативные навыки у детей, особенности межличностных отношений в зависимости от типа семьи.

Результаты. В исследовании мы рассмотрели взаимосвязь типа семьи и компонентов ЧПДН: здоровья, интеллектуального развития и особенностей межличностных отношений.

Здоровье. Анализ показал, что в неполных семьях меньший процент здоровых детей во всех возрастных категориях, соответственно, более высокие показатели количества детей с хроническими и тяжелыми заболеваниями, а также несколько больше детей-инвалидов (больше в группах 3-6 и 7-10 лет) (табл. 1).

Таблица 1 – Распределение ответов родителей на вопрос: «Как Вы можете охарактеризовать состояние здоровья ребёнка?», в % от числа опрошенных.

Критерии оценки	Среднее			3-6 лет		7-10 лет		11-14		15-17 лет	
	Среднее	П	Н	П	Н	П	Н	П	Н	П	Н
Здоров	62,5	64,4	56,3	69,5	53,4	64,4	60,4	57,5	50,6	64,6	62,1
Есть хронические заболевания	6,3	5,9	7,5	6,3	4,5	4,1	5,5	7,3	12,6	6,2	7,6
Инвалид	1,1	1,1	1,2	0,5	2,3	0,3	1,1	2,1	1,1	2,2	0,0

П – полная семья, Н – неполная семья.

Источник: здесь и далее данные опроса «Инструменты повышения человеческого потенциала детского населения в условиях социально-экономических трансформаций общества», 2018, ФБУН ВолНЦ РАН

Интеллектуальное развитие. У детей дошкольного возраста (3-6 лет) родители оценивали уровень интеллектуального развития. Получено, что в неполных семьях на 6% больше родителей отмечают у своих детей низкий уровень интеллектуального развития, нежели чем в полных.

У младших школьников (7-10 лет) критерием интеллектуального развития выступил показатель обучаемости. Не справляются с учебной программой дети из неполных семей в 5,7% в полных семьях – в 2,0%. Подростки 11-14 лет не усваивают школьный курс из неполных семей – в 6,9%, из полных – в 1,0. Можно сделать вывод, что в неполных семьях оценка родителями уровня интеллектуального развития детей ниже, чем в полных.

Особенности межличностных отношений. Общение в семье и его характер влияют на формирование мировоззрения детей посредством трансляции социальных норм, идей и взглядов на различные проблемы. Развитие, способность к социальной адаптации ребенка будет зависеть от того, насколько доверительные у него сложились отношения с родителями и близкими родственниками. С целью выявления характеристик общения предлагалось оценить степень их доброжелательности, а также обозначить основные темы, обсуждаемые с детьми.

В целом, для семей с детьми дошкольного возраста характерно то, что в полных семьях чаще, чем в неполных детско-родительские отношения носят доверительный характер. Впрочем, различие не так явно – составляет только 8 п.п. В семьях с детьми младшего школьного возраста (7-10 лет) наблюдается такое же соотношение, но различие ещё менее существенно – лишь 5 п.п. К моменту достижения детьми подросткового возраста указанное различие между полными и неполными семьями стирается. Вероятно, это связано с тем, что у подростков снижается потребность в проведении свободного времени с родителями, появляются собственные интересы и круг общения. Это изменение, по всей видимости, труднее принять родителям из полных семей, привыкшим контролировать жизнь своего ребёнка полностью, чем одиноким родителям, изначально не имевшим такой возможности. В результате в полных семьях т.н. «кризис подросткового периода» сопровождается нарастанием напряжённости в детско-родительских отношениях, тогда как в неполных семьях стимулирует развитие отношений, основанных на взаимопонимании и поддержке.

Интересно отметить, что недоброжелательные отношения со старшим поколением семьи (своими бабушками и дедушками) складываются у 23% детей 3-6 лет из неполных семей. Среди детей из полных семей таких на 6 п.п. меньше. Аналогичная ситуация складывается и в отношении детей более старших возрастов. Отчасти указанные различия могут быть связаны с тем, что в некоторых неполных семьях межпоколенческие отношения были нарушены ещё до появления ребёнка, а впоследствии негативное отношение бабушки и дедушки к его родителю было перенесено на него самого. Такая ситуация, может иметь место в тех случаях, когда рождение ребёнка было нежелательным, поскольку, по мнению бабушки или дедушки, препятствовало получению образования или построению карьеры родителя.

Если отношения со старшими членами семьи определяют усвоение социальных норм, то нормальное общение со сверстниками позволяет развить необходимые коммуникативные навыки. Сложности в общении с одноклассниками, братьями и сестрами более характерны для детей из неполных семей, что снижает их шансы на успешную социализацию и повышает риски девиантного поведения.

Данные опроса показывают, что в полных семьях родители в большей степени с раннего возраста и до совершеннолетия уделяют внимание ценностным установкам. В неполных семьях этот процесс начинается с младшего подросткового возраста, то есть в более поздней возрастной

период. Такая несинхронность может быть обусловлена ранее показанной закономерностью: нормализация отношений родителей и детей в неполной семье приходится именно на подростковый возраст, тогда как полные семьи в тот же период переживают кризис детско-родительских отношений.

К старшему подростковому возрасту у детей из неполных семей в меньшей степени сформированы такие ценностные установки, как «счастливая и дружная семья», «материнство/отцовство», «дружба». В то же время, такие ценности, как «материальное благополучие», «здоровье», «любовь», «работа и карьера», «образование», «личностное развитие» в неполных семьях имеют более высокие показатели сформированности, чем в полных (табл. 2).

Таблица 2 – Оценка сформированности ценностей у детей 3-6, 7-10, 11-14, 15-17 лет, в % от числа опрошенных

	Среднее			3-6 лет			7-10 лет			11-14			15-17 лет		
	Среднее	П	Н	С	П	Н	С	П	Н	С	П	Н	С	П	Н
Счастливая и дружная семья	53,7	37,5	33,5	34,2	36,1	26,4	35,3	37,0	29,7	34,8	33,9	37,9	46,2	47,7	42,4
Материнство отцовство	25,3	34,7	37,8	Н.д*	Н.д	Н.д	30,1	32,2	23,3	28,6	26,7	34,9	37,8	39,0	34,8
Материальное благополучие	24,1	25,1	26,8	18,2	18,8	16,1	23,1	24,9	16,9	41,2	38,8	49,4	38,7	36,6	43,9
Здоровье	30,7	35,6	39,3	27,3	26,3	32,2	34,4	36,2	27,5	50,5	38,8	49,4	50,0	49,4	51,5
Дружба	33,0	40,1	43,1	32,3	32,3	33,0	39,3	40,3	35,2	48,7	47,8	51,7	44,2	56,1	44,2
Любовь	37,8	37,8	38,4	53,8	35,1	31,	32,4	33,4	28,1	31,6	42,2	46,5	45,4	43,0	51,5
Работа, карьера	26,4	25,2	30,1	Н.д	Н.д	Н.д	17,9	18,2	15,9	27,7	26,5	31,8	45,8	35,7	47,0
Образование	31,9	37,1	42,2	20,8	21,7	17,2	25,1	26,8	18,7	37,1	35,1	43,7	57,6	39,8	48,5
Личностное развитие	26,9	25,0	26,9	Н.д.	Н.д.	Н.д	19,1	19,3	17,6	27,0	26,4	29,1	39,0	33,3	36,9

Н.д*.–вопрос не задавался. П – полная семья, Н – неполная семья.

Выводы:

В результате проведенного исследования установлено, что в неполных семьях потенциал здоровья детей ниже, больше детей с хроническими, тяжёлыми заболеваниями и инвалидностью. Показано, что по оценке родителей, уровень интеллектуального развития у детей дошкольного

возраста из неполных семей несколько ниже, чем в полных. Среди детей младшего школьного возраста также ниже показатели учебной успеваемости. Исключение составляет только категория детей старшего подросткового возраста. Можем предположить, что это связано с нормализацией отношений с родителями именно к подростковому возрасту и как следствие понимание детьми необходимости ответственного отношения к обучению.

В неполных семьях в большей степени, чем в полных, нарушены детско-родительские отношения, взаимодействие со сверстниками. В то же время, отношения одиноких родителей и их детей-подростков, чаще бывают более доверительными, чем отношения в полных семьях. Вероятно, именно этим обусловлено то, что формирование общечеловеческих ценностей в неполных семьях начинается только с возраста 11-14 лет. В меньшей степени, чем в полных, сформированы такие ценностные установки, как «счастливая и дружная семья», «материнство/отцовство», «дружба».

Таким образом, исследование позволило подтвердить гипотезу о том, что тип семьи имеет влияние на формирование человеческого потенциала ребенка.

Результаты предполагается использовать для определения эффективности управления процессом формирования человеческого потенциала детского населения с учётом текущих изменений в системе образования, на рынке труда, трансформации института семьи, а также распространения новых информационных технологий.

Литература

1. Кочева Е.В., Матев Н.А., Панищенко М.И. Человеческий потенциал. России: современное состояние и перспективы развития / Е.В. Кочева, Н.А. Матев, М.И. Панищенко // Национальные интересы: приоритеты. 2014. № 3-1 (12). С. 131-133.
2. Леонидова Г.В. Формирование человеческого потенциала детского населения в системе общего образования // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз.— 2019. Т. 12. № 3. С. 172–188.
3. Монахов, М. В. Влияние качества жизни семей на состояние здоровья детей. [Электронный ресурс]: <http://vestnik.mednet.ru/content/view/150/27>.
4. Ображей О. Н. Детство как объект социологического изучения // Социологический альманах. 2012. № 3. С. 356-362.
5. Шабунова, А.А. Здоровье детей: итоги пятнадцатилетнего мониторинга: монография /А.А. Шабунова, М.В. Морев, Н.А. Кондакова // Вологда: ИСЭРТ РАН. 2012. 262 с.
6. Шабунова А. А. Общественное развитие и демографические вызовы современности // Проблемы развития территории. 2014. №2. С 7-15.
7. Ярская-Смирнова Е.Р., Романов П.В., Антонова В.К., Бирюкова С.С. Благополучие и неблагополучие в концептуальном аппарате семейной политики и защиты детства в современной России // Политика семьи и детства в постсоциализме // М.: ООО «Вариант». ЦСПГИ. 2014. 284 с.
8. Ben-Arieh, A. Indicators of Children's Well-Being: What should be measured and why? // Social Indicator Research. 2007. Vol. 84. P. 249-250.
9. Now we are 50: Key findings from the National Child Development Study Edited by Jane Elliott and Romesh Vaitilingam. London. 2008. [Электронный ресурс]: <http://docplayer.net/18590926-Key-findings-from-the-national-child-development-study-now-we-are.html>

УДК 159.9.072

ИМПЛИЦИТНЫЕ ПРЕДСТАВЛЕНИЯ СТУДЕНТОВ ОБ ЭКОЛОГИЧЕСКИ ОТВЕТСТВЕННОЙ ЛИЧНОСТИ

Ю.С. Блинова, ведущий психолог учебно-научной лаборатории психологии при кафедре прикладной психологии,

Д.В. Ластовенко, ведущий психолог учебно-научной лаборатории психологии при кафедре прикладной психологии,

Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

В статье раскрывается значение имплицитных представлений в экологическом сознании личности, обосновываются модели перехода имплицитных когнитивных конструктов в интернализированные нормы и внутреннюю мотивацию, формирующие сознательное экологическое поведение.

Представлены результаты исследования имплицитных представлений студентов об экологически ответственной личности. Показано, что данные конструкты, представляющие собой предикторы формирования экологически ответственной личности, могут быть распределены по трем категориям: социальной, поступочной и личностной.

Экологическая ответственность, проэкологическое поведение, имплицитные концепции личности, имплицитные представления, компоненты сознания.

STUDENTS' IMPLICIT REPRESENTATIONS ABOUT ENVIRONMENTALLY RESPONSIBLE PERSON

Y.S. Blinova, leading psychologist of the educational and scientific laboratory of psychology of the Department of Applied Psychology,

D.V. Lastovenko, leading psychologist of the educational and scientific laboratory of psychology of the Department of Applied Psychology,

State Educational Institution of Higher Education Moscow Region «University of Technology», UNITECH, Korolev, Moscow region

The article reveals the importance of implicit representations in the ecological consciousness of the individual, substantiates the models for the transition of implicit cognitive constructs into internalized norms and intrinsic motivation, which form a conscious environmental behavior.

The results of a study of implicit representations of students about an environmentally responsible person are presented. It is shown that these constructs, which are predictors of the formation of an environmentally responsible person, can be divided into three categories: social, progressive, and personal.

Environmental responsibility, pro-environmental behavior, implicit conceptions of personality, implicit representations, components of consciousness.

Сформированная экологическая культура и сознание личности являются предикторами проэкологического поведения. Содержание экологического сознания раскрывается через понятия «экологические отношения» и «экологическая деятельность». Экологическое сознание содержит в себе закономерности взаимодействия общества и окружающей среды в сово-

купности со знаниями, взглядами и традициями определенной культуры. Такое культурное пространство предполагает ценностную составляющую по отношению к окружающей среде и систему регулятивных принципов экоцентричного характера.

Экологическое сознание может рассматриваться как многомерный и комплексный конструкт, связанный с предрасположенностью субъекта участвовать в про-экологических моделях поведения. Экологически сознательным индивидом в такой системе определяется индивид, участвующий в широком диапазоне форм проэкологического поведения, а также придерживающийся определенных ценностей и аттитюдов, связанных с этим типом поведения [4,5].

Проэкологическое поведение личности детерминировано совокупностью объективных и субъективных факторов. Внутренние факторы проэкологического поведения могут быть описаны в модели «Ценности-Убеждения-Нормы». Согласно этой модели экологические ценности, убеждения и нормы реализуются в форме проэкологического поведения при условии обусловленности их внутренними мотивами совершения проэкологических действий (Dunlap R.E., 2000; Schultz P.W., 2004; Stern P.C., 1999) [10,14,15].

P.C. Stern, описывая проэкологическое поведение личности выделяет следующие его виды:

- проэкологический активизм (демонстрации, митинги и т.д.);
- проэкологический неактивизм в социальной сфере (принятие и поддержка проэкологических законов и норм, осознанное экологическое гражданство);
- «environmentalism» в частной жизни (решения, принимаемые индивидом в повседневной жизни и намерения);
- поведение в организациях (на работе, в других неэкологических организациях) [15].

Принцип эвристической доступности (availability heuristic) дает понимание того, как ранее реализованные проэкологические формы поведения отражаются в сознании личности. Самовосприятие субъектов основывается на количестве предыдущих проэкологических практик и той быстротой и доступностью, с которой они могут извлечь их из сознания. При данном подходе неизбежны некоторые трудности оценки, связанные с осознанием личностью проэкологичности того или иного действия. Так, некоторые повседневные поступки не оцениваются как проэкологичные, поскольку представляются бытовыми и обыденными (например, выключение электричества, уборка мусора и т.д.), либо в их основе лежат причины, не связанные с экологией. С другой стороны возможно преувеличение значимости того или иного поступка и, соответственно, признание субъектом себя как экологически ответственного (Jurin R.R., 2000; Huang H., 2003) [11,12].

Экологически ответственное поведение строится на внешних или объективных факторах, описывающих состояние среды, в которой находится индивид, социальную ситуацию и информационное поле, содержащее совокупный массив данных об экологической ситуации.

В таком ключе возможно рассмотрение проэкологического поведения как результата агрегирования интернализированных норм и внутренней мотивации (Frey B.S. 1997; Frey B.S., Stutzer A. 2006). Интернализированными нормами здесь выступают те моральные обязательства, которые проистекают из внешнего регулирования и становятся автономными за счет когнитивного процесса (Coleman J.S., 1994) [9].

Подчинение социальной норме, при условии отсутствия принуждения, может интериоризироваться во внутреннюю ценность, обеспечивая появление чувства долженствования по отношению к ее соблюдению. Соответственно, поведение, не соответствующее подобной моральной ответственности, закономерно приводит к возникновению разочарования и чувства вины, понижению самооценки и другим негативным последствиям для личности.

Тем не менее, экологическое поведение отражает особенности индивида и всегда является строго индивидуальным. Однако, анализируя многообразие его видов и форм, удается выделить некоторые общие элементы, признаки и связи и определить ряд базовых различий, выстраивая таким образом некоторую классификацию поведения.

Необходимо отметить различия между категориями «экологическое поведение» и «экологическое вмешательство». В подобном контексте экологическое поведение рассматривается как опосредованное целью, сознательно поставленной индивидом и подчиняющей себе всю его деятельность. Цель направляется на те объекты окружающей среды (а также явления и процессы), с которыми осуществляется взаимодействие. Вмешательство основывается на любом взаимодействии человека со средой, детерминируется его включенностью в экосистему, которая претерпевает изменения, независимо от поставленных целей и задач.

Отношения личности с внешней средой, рассматриваемые в отечественной экологической психологии, включают в себя четыре ключевых компонента (Дерябо С. Д., Ясвин В. А., 1996):

- когнитивный;
- перцептивно-аффективный;
- поступочный;
- практический [3].

В зарубежных концепциях экологического сознания вводятся переменные экологически-осознанного поведения потребителя и когнитивный, аффективный и поведенческий аспекты его регуляции. Поведенческий аспект подразумевает проэкологическое покупательское поведение, проэкологическое поведение во время выбора товаров и услуг и после совершения покупки, поведенческие стратегии по вопросам утилизации и избавления от отходов и деятельность по охране окружающей среды [2,14,15].

М. J. Sanchez рассматривая в своих работах уже не поведение, а экологическое сознание, выделяет четыре его аспекта:

- аффективный (убеждения и ценности);
- когнитивный (информация и знания);
- диспозициональный (личные аттитюды);
- активный (про-экологическое поведение) [13].

В исследовании Р. W. Schultz, С. Shriver, J. J. Tabanico и А. М. Khazian показано, что в качестве основы формирования экологической идентичности выступают имплицитные (неосознанные) связи между личностью и окружающей средой, выражающиеся в чувстве общности и единства с природой [14].

Большинство имплицитных теорий личности указывают на спонтанный характер формирования имплицитных представлений, которые возникают практически без участия рационального анализа.

Имплицитные представления об экологическом поведении и экологически ответственной личности отражают моделирующий образ экологически ответственного человека в терминах когнитивных представлений о нем.

Определение специфических категорий имплицитных когниций проводится сообразно модели, в которой выделяется конструкт, обозначаемый С, и находящиеся под его влиянием категории ответов, обозначаемые R (Banaji M.R., Greenwald A.G, 1995) [8].

Экологическое сознание по своей направленности и уровням саморефлексии может быть как имплицитным, так и эксплицитным. Ключевым различием между ними становится явность и прозрачность экологического содержания сознания. Так имплицитное содержание может быть выявлено лишь опосредованно через свои связи с другими объектами или процессами. В таком случае под имплицитным экологическим сознанием понимается совокупность неявных представлений о содержании и факторах окружающей среды, последствиях

экологических загрязнений и экологической ситуации в целом. Существует еще одно трактование имплицитности сознания, при котором учитывается неявное представление об удельном весе того или иного экологически вредного фактора.

Присутствующие в сознании, даже имплицитно, неявные сведения об окружающей среде, вредных для нее факторах и негативных последствиях человеческой деятельности могут оказывать существенное влияние на мотивы поведения, выбор поступков, направленность действий. При этом имплицитность экологического сознания характеризуется иерархичностью, оценочностью, дифференцированностью, адекватностью либо неадекватностью и устойчивостью.

Развернутые суждения, отличающиеся явностью и четкостью, а также проэкологические действия и поступки лежат в основе эксплицитного экологического сознания. Внешне проявляться такая эксплицитность, помимо поступков, может как в осмысленных суждениях, так и в присказках, поговорках, шутках и т.п.

Опираясь на концептуальный анализ, под термином «имплицитные представления» мы понимаем совокупность бытовых представлений о феномене, несистематически формируемых человеком в течение жизни.

Актуальная экологическая ситуация определяет глобальную потребность мирового сообщества в воспитании и формировании экологически ответственной личности, отличающейся сформированным экологическим сознанием, что предполагает перевод имплицитных знаний в эксплицитные мотивы и дальнейшее агрегирование интернализированных норм и внутренней мотивации в сознательное экологическое поведение. Наиболее рентабельным в данном случае становится воздействие, оказываемое на когнитивные конструкты молодежи, позволяющее сформировать сознательные суждения об экологической ситуации [1,5,6]. В связи с чем, представляется логичным первоначальное исследование имплицитных представлений студентов об экологически ответственной личности, которые в дальнейшем могут стать основой экологического поведения.

Характеристика выборки и методов исследования

Для выяснения особенностей представлений студентов об экологически ответственной личности нами было организовано проведение исследования. В качестве гипотезы выступило предположение о факторной структуре экологической ответственности личности, которая содержит имплицитные представления или когнитивные конструкты об экологически ответственной личности.

На первом этапе был осуществлен сбор характеристик экологически ответственной личности. Данные характеристики в последующем будут использованы для формирования окончательного списка утверждений, который будет предложен испытуемым в дальнейшем исследовании.

Исследование особенностей представлений об экологически ответственной личности происходило на основе выявления характеристик реально существующего человека, которого испытуемые могут назвать экологически ответственным. В качестве метода выявления содержания имплицитных представлений об экологически ответственной личности нами использовалась методика Х. Азумы и К. Кашиваги (Azuma H., Kashiwagi K., 1987) в адаптации Н. Л. Смирновой (Смирнова Н. Л., 1997). Испытуемые должны были вспомнить реально существующего и знакомого им экологически ответственного человека, описать его особенности и привести конкретный поступок, свидетельствующий о его экологической ответственности [7].

Выборку исследования составили 55 студентов ГБОУ ВО МО «Технологический университет» в возрасте от 17 до 28 лет ($M_o, M_e = 19, \sigma = 2,29$), 40 девушек, 17 юношей.

Основным методом исследования стал метод контент-анализа для выявления имплицитных представлений об экологически ответственной личности у респондентов. Для стати-

стической обработки данных был использован метод частотного анализа, с помощью которого выявлялась процентная степень выраженности выявленных характеристик у экологически ответственного человека. В исследовании использовался метод bottom-up, при котором система анализа не задана заранее, а создаётся и дополняется в процессе анализа текста.

Результаты

Экологически ответственная личность обладает сформированным экологическим сознанием. Такое сознание осуществляется через ценностно-мотивационную, эмоционально-волевою сферы и непосредственно через действия и деятельность, осуществляемые индивидом.

Предположив наличие когнитивных конструктов в качестве фундамента для дальнейшего развития проэкологичности личности, мы получили следующие результаты: в сознании респондентов определяются ключевые характеристики, свойственные экологически ответственной личности (Таблица 1).

Таблица 1 – Дескрипторы имплицитных представлений студентов об экологически ответственной личности

№	Характеристики	(%)
1	Выбрасывает мусор в контейнер и не сорит на улице	54.4
2	Сортирует мусор	47.4
3	Сажает деревья	29.8
4	Участвует в субботниках	22.8
5	Убирает территорию (в том числе после отдыха на природе)	21
6	Отказывается от использования пластика (пакеты, одноразовая посуда)	17.5
7	Призывает других быть более экологически ответственными (проводит лекции, рассказывает друзьям, публикует посты в социальных сетях)	17.5
8	Ответственный	15.8
9	Рационально использует природные ресурсы (экономит воду, электричество)	15.8
10	Заботится и бережно относится к окружающей среде	14
11	Любит природу, животных, растения	14
12	Отдает вещи на утилизацию	12.3
13	Отдает вещи на переработку	12.3
14	Подает пример окружающим собственным поведением	12.3
15	Вносит экологические предложения на работе и в частной жизни	12.3
16	Предпочитает вещи и предметы многоразового использования (многоразовые сумки)	10.5
17	Внимательный	8.8
18	Позитивно смотрит на жизнь	8.8
19	Сокращает потребление и отказывается от покупки ненужных вещей	8.8
20	Делает другим замечания по поводу мусора	8.8
21	Организует мероприятия по уборке мусора	8.8
22	Участвует в экологически направленных митингах	8.8
23	Отказывается от покупки неэкологичных товаров (в том числе ядовитых химических товаров)	7
24	Использует переработанные товары (вторичное использование)	7
25	Заботливый	5.3
26	Следит за своим поведением	5.3
27	Социально активен	5.3
28	Занимается волонтерской деятельностью	5.3

29	Передвигается на общественном транспорте или велосипеде	5.3
30	Помогает животным	5.3
31	Вегетарианец	5.3
32	Участвует в конференциях по вопросам экологии	5.3
33	Аккуратный	3.5
34	Осознанный	3.5
35	Целеустремленный	3.5
36	Трудолюбивый	3.5
37	Честный	3.5
38	Лидер	3.5
39	Активный	3.5
40	Чистоплотный	3.5
41	Не курит (либо курит в разрешенных местах)	3.5
42	Не охотится	3.5
43	Состоит в какой-либо проэкологически направленной организации	3.5

Данные характеристики в дальнейшем были объединены по принципу принадлежности к той или иной категории (компоненту). Компоненты получили названия: «Социальная ретрансляция», «Поступочный компонент», «Личностный компонент». Характеристики, входящие в каждый компонент представлены в Таблице 2.

Таблица 2 – Компоненты экологической ответственности личности

№	Категории/компоненты	Дескрипторы
1	Социальная ретрансляция	7, 14, 15, 20, 21, 22, 27, 28, 32, 43
2	Поступочный компонент	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 12, 13, 16, 19, 23, 24, 28, 29, 30, 31, 41, 42
3	Личностный компонент	8, 11, 17, 18, 25, 26, 27, 33, 34, 35, 36, 37, 38, 39, 40

Обсуждение результатов

Полученные результаты исследования позволяют говорить о наличии в сознании студентов имплицитных представлений об экологически ответственной личности, стихийно сформировавшихся в течение жизни.

Каждый компонент обуславливает определенный набор характеристик, которые в совокупности отражают общую экологическую направленность личности.

Социальная ретрансляция в своей основе содержит портрет личности, придерживающейся активной пропагандистской позиции и направляющей социальную активность на экологическое просвещение своего окружения.

Поступочный компонент объединяет все поведенческие особенности, свойственные экологически ответственной личности. Сюда входят такие характеристики, как: «использует вещи и предметы многоразового использования», «сортирует мусор», «отказывается от покупки неэкологичных товаров», «передвигается на общественном транспорте или велосипеде» и пр. Таким образом, определяется сформированность представлений о возможностях каждого индивида непосредственно воздействовать на экологическую ситуацию.

Личностный компонент предполагает наличие у человека таких свойств, которые позволяют ему на основе собственных чувств, мотивов и интересов выстраивать экологически грамотные отношения с окружающей средой.

Представляется возможным предположить наличие определенных психологических характеристик, детерминирующих акцент на том или ином компоненте. В последующих ис-

следованиях этому будет уделено отдельное внимание, что в дальнейшем позволит выделить типологию экологически ответственной личности.

Необходимо отметить, что выделение подобных дескрипторов становится возможным в случае проведения систематической просветительской работы со студентами, актуализирующей в сознании молодежи степень важности и сложности глобальной экологической проблемы. В данном случае формируется двусторонняя связь между актуализацией знаний и формированием когнитивных конструктов. Чем более ярко проявляется потребность решения проблемы, в данном случае экологической ответственности, в «поле», тем выше потребность в ее разрешении.

Регулярное проведение работы по просвещению и экологическому образованию позволит подойти к формированию и ныне живущего и последующего поколений экологической дееспособности, которая включает в себя три сферы: внутренний план, социальный уровень и уровень повседневной активности. Таким образом, выстраивается иерархичная система от внутренних экологических диспозиций до сформированного экологически грамотного образа жизни.

Выводы

Существующие в сознании студентов когнитивные конструкты, касающиеся экологически ответственной личности, предположительно могут выступать предикторами формирования осознанного экологического поведения. Помимо этого, они позволяют расширить и углубить имеющиеся на сегодняшний день психологические подходы к экологическому сознанию личности, что позволит, в том числе, в дальнейшем расширить существующий диагностический инструментарий, направленный на выявление экологических диспозиций, экологического поведения, ответственности и пр. Создание нового диагностического комплекса и актуализация уже имеющихся методик должны стать одним из ключевых направлений работы экологических психологов в сфере образования и эконаправленных организаций.

Литература

1. Гулько Е. Ю. Проблемы экологического сознания и поведения студенческой молодежи // Социологический альманах. 2017. №8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-ekologicheskogo-soznaniya-i-povedeniya-studencheskoy-molodezhi> (дата обращения: 10.10.2019).
2. Демьшин В.Н. Обзор зарубежных исследований экологического сознания // Интернет-журнал «Мир науки» 2017, Том 5, номер 5 <https://mir-nauki.com/PDF/18PSMN517.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ.
3. Дерябо С. Д., Ясвин В. А. Экологическая педагогика и психология. Ростов-на-Дону: Издательство «Феникс», 1996, 480 с
4. Мдивани М.О., Александрова Е.С., Сорокина С.С. Взаимосвязь экологического сознания и экологического поведения: особенности оценки взаимовлияний природы и человека. Акмеология . 2018;65(1):9-14.
5. Мдивани М.О., Хисамбеев Ш.Р. Экологическое самосознание как основа про-экологического поведения // АНИ: педагогика и психология. 2017. №4 (21). С. 346-349
6. Орешкина Т. А. Экологические компетенции в структуре образовательных программ высшей школы // Вестник Института социологии. 2017. № 23. С. 113-123. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2017.23.4.484>
7. Azuma H., Kashiwagi K. Descriptors for an intelligent person: A Japanese study // Japanese Psychol. Research, 1987. 29. P. 17—26.
8. Banaji M.R., Greenwald A.G. Implicit gender stereotyping in judgments of fame. Journal of Personality and Social Psychology, 1995. - 68, 2, P. 181—198.

9. Coleman J.S. Foundations of Social Theory — Harvard University Press, 1994. p. 6
10. Dunlap, R. E. Measuring endorsement of the new ecological paradigm: A revised NEP scale / R. E. Dunlap, Liere Van, D. Kent // Journal of Social Issues, 2000. – 56(3). – P. 425-442.
11. Huang H. Comparative Study of Canadian and Taiwanese grade 5 Children's environmental behaviors, attitudes, concerns, emotional disposition, and knowledge // International Journal of Science and Mathematics Education. – 2003. - P.419–448
12. Jurin R.R. Symbolic beliefs as barriers to responsible environment behavior // Environmental Education Research. - 2000.- № 8(4). – P. 373-394.
13. Sánchez, M. J. Defining and measuring environmental consciousness / M. J. Sánchez, R. Lafuente // Revista Internacional de Sociología (RIS), 2010. – Vol. 68. – № 3. – P. 731-755.
14. Schultz, P.W. Implicit connections with nature / P. W. Schultz, C. Shriver, J. J. Tabanico, A. M. Khazian // Journal of Environmental Psychology, 2004. – Vol. 24. – № 1. – P. 31-42.
15. Stern P.C. Information, incentives and pro-environmental consumer behavior // Journal of Consumer Policy. – 1999. – № 22. – P. 461-468.

УДК 338.45.01

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ МОТИВАЦИИ И ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ САМОРЕАЛИЗАЦИИ ПЕДАГОГА

С.С. Костыря, кандидат психологических наук, доцент,
доцент кафедры прикладной психологии

В.В. Коломоец, методист ДПО,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королёв, Россия

Н.Г. Жарких, кандидат психологических наук, доцент,
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, г. Орел, Россия

В статье рассматриваются теоретические подходы к исследованию профессиональной мотивации и профессиональной самореализации педагогов, описываются результаты современных исследований различных факторов профессиональной самореализации и профессиональной мотивации педагогов. Анализируются результаты эмпирического исследования профессиональной мотивацией и профессиональной реализации педагогов и руководителей образовательных учреждений в зависимости от социально-демографических факторов: стажа работы, пола, возраста, должности.

Профессиональная мотивация, профессиональная самореализация, самоактуализация личности

THE PSYCHOLOGICAL SPECIFICITY OF PROFESSIONAL MOTIVATION AND PROFESSIONAL SELF-REALIZATION OF THE TEACHER

S.S. Kostyrya, Candidate of psychological sciences, associate professor,
V.V. Kolomoec, methodologist of the Department of additional professional education,
State Budget Educational Institution of Higher Education of the Moscow Region «Technological
University»

(«MGOTU»), Korolev, Russia,

N.G. Zharkih, Candidate of psychological sciences, associate professor,
Department of Social Psychology and Acmeology,
Oryol State University. I.S. Turgenev, Orel city, Russia

The article deals with theoretical approaches to the study of professional motivation and professional self-realization of teachers, describes the results of modern studies of various factors of professional self-realization and professional motivation of teachers. The article analyzes the results of empirical research of professional motivation and professional realization of teachers and heads of educational institutions depending on socio-demographic factors: work experience, gender, age, position.

Professional motivation, professional self-realization, self-actualization of personality

Исследование мотивационного фактора является особенно важным в образовательной сфере, так как эффективность работы педагогов в значительной степени влияет на подрастающее поколение, это представители одного из наиболее значимых социальных институтов начала жизни любого человека. Важно отметить, что именно в общественно полезной и актуальной деятельности, каковой и является образовательная деятельность, возможно полное раскрытие потенциала и способностей каждого индивида.

Изучение профессиональной мотивации и самореализации в настоящее время, особенно вопрос о связи мотивационной сферы с профессиональной самореализацией работников в образовательной сфере является малоизученным, поэтому исследование мотивации, а также соответствия профессии и индивидуальных установок, ценностей, способностей человека, осознанности выбора им профессии, его удовлетворенности своей профессиональной деятельностью является весьма актуальной проблемой.

Сейчас в психологии можно наблюдать различные трактовки понятия «мотивация». Во-первых – как совокупность факторов, основная функция которых – поддерживать и направлять, т.е. определять поведение и деятельность человека (К. Мадсен, Ж. Годфруа), во-вторых – как побуждение, которое вызывает активность организма и определяет направленность этой активности, в-третьих – как простая совокупность мотивов (К.К. Платонов) [5].

В.К. Вилюнас под мотивацией подразумевает всю совокупность психологических образований и процессов, которые, прежде всего, побуждают, а также направляют поведение на жизненно важные условия и предметы, определяющих избирательность, пристрастность и конечную целенаправленность психического отражения и регулируемой им активности. Такое раскрытие понятия «мотивация» отражает понимание её как того, что лежит в основе обусловленности поведения [1, с. 27].

Таким образом, мотивация – это сложное как по своей структуре, так и по динамике психологическое явление, оказывающее значительное влияние на жизнедеятельность человека. Именно это явление обуславливает и направляет все действия и поступки человека, и именно им, в первую очередь, детерминируется выбор, который человек осуществляет в различных возникающих жизненных ситуациях, в том числе и в его профессиональной деятельности.

Если говорить о действии мотивации в рамках профессиональной деятельности человека, то можно сказать, что *профессиональная мотивация* – это «действие конкретных побуждений, которые обуславливают выбор профессии и продолжительное выполнение обязанностей, связанных с этой профессией», или «совокупность внутренних и внешних движущих сил, побуждающих человека к трудовой деятельности и придающих этой деятельности направленность, ориентированную на достижение определенных целей» [5].

Исследование самореализации как личностного феномена сейчас является весьма актуальным вопросом в психологии, о чем говорит большое внимание со стороны таких исследователей, как: А.А. Идинов, Б.Г. Ананьев, А.С. Балык, Л.Н. Коган, Е.Е. Вахромов, В.Е. Ключко, Э.В. Галажинский, М.С. Иванов, Л.В. Рябова, Л.А. Коростылева, А.М. Кириченко, М.С. Яницкий, С.И. Кудинов, В.И. Чернов, Л.А. Цырева и т.д.

Само понятие «самореализация» возникло в науке в 1902 году, и определение ему было дано в словаре по философии и психологии. Согласно этому определению, самореализация – это «осуществление возможностей развития своего Я» [4].

Одним из самых точных определений самореализации, по мнению В.Е. Ключко и Э.В. Галажинского, является определение, сформулированное Л.А. Коростылевой в её работе «Проблема самореализации личности в системе наук о человеке». В ней она пишет о том, что под самореализацией можно понимать развитие возможностей Я при помощи своих собственных усилий, а также совместного творчества и совместной деятельности с близким или даль-

ним окружением, обществом и миром в целом. В предложенном определении удачно акцентируется вниманием на том, что процесс самореализации носит совместный, надындивидуальный характер, который, тем не менее, изначально кажется индивидуальным (даже в самом слове «самореализация» присутствует «само-»). Сами же В.Е. Ключко и Э.В. Галажинский определяют самореализацию как переход возможности в действительность, соответственно, самореализация является тем процессом, посредством которого человек обеспечивает развитие себя, а саморазвитие является основой устойчивости человека как крайне сложной, но целостной самоорганизующейся психологической системы [4].

Таким образом, феномен самореализации носит социальный характер. Такая точка зрения описывается и в работах исследователя Л.Н. Коган. Она говорит о том, что самореализация исходит из возможности реализации человеком своих социально-ролевых функций, основой которых являются ценности и смыслы личности. В соответствии с её представлениями, самореализация обусловлена социумом, а также свободным выбором человека. Феномен самореализации связан с присвоением социальных отношений и связей, которые по своей сути являются критериями ценности для человека в основных общественно одобряемых видах деятельности, которые человек может выбрать для осуществления своей самореализации [3].

В рамках нашего исследования профессиональная самореализация понимается как интегральное динамическое образование субъекта профессиональной деятельности, отражающее процесс и результат осуществления им своих сущностных свойств, трансляции своего содержания другим людям и культуре через созидательные и коммуникативные процессы [2].

Профессиональная мотивация работников образовательной сферы неоднократно становилась предметом изучения в различных психологических исследованиях. Если говорить о современных исследованиях, то А.М. Ларионова анализировала взаимосвязь профессиональной мотивации педагогов и их уровнем рефлексивности. Данное исследование было проведено на выборке, численность которой составила 85 человек (педагоги, обучающиеся на курсах повышения квалификации) в два среза: в 2013 и 2016 году. При этом профессиональная мотивация изучалась при помощи методики К. Замфира в модификации А.А. Реана «Профессиональная мотивация», а рефлексивность посредством методики «Методика определения индивидуальной меры рефлексивности» А.В. Карпова.

В результате изучения взаимосвязи профессиональной мотивации и рефлексивности А.М. Ларионовой была выявлена значимая обратная связь (коэффициент корреляции = -0,86). Таким образом, исследователь пришла к выводу, что повышение рефлексивности педагога влияет на качество профессиональной мотивации, которая начинает носить адаптивный характер. Ввиду этого в статье рекомендуется введение в содержание курсов повышения квалификации занятий, направленных на профилактику и устранение признаков профессиональной деформации и выгорания педагога.

Целью нашего исследования было изучить особенности профессиональной мотивации и профессиональной самореализации руководителей и подчиненных в образовательной сфере деятельности.

Эмпирической базой исследования послужила выборка, состоящая из 38 человек, 29 из которых – женщины и 9 – мужчины, в возрасте от 21 до 86 лет, работающие в образовательной сфере профессиональной деятельности. 12 из них занимали руководящие должности, а 26 – подчиненные. Стаж работы в образовательной сфере респондентов варьировался от 1 до 50 лет. Все испытуемые проживали и вели свою профессиональную деятельность в Москве и Московской области.

В ходе эмпирического (экспериментально-психологического) исследования решались следующие задачи:

1) Анализ проблемы профессиональной мотивации и профессиональной самореализации педагогов.

2) Изучение профессиональной мотивации и профессиональной самореализации у работников образовательной сферы.

3) Выявление различий в профессиональной мотивации и профессиональной самореализации между подчиненными и руководителями в образовательной сфере.

4) Выявление различий в профессиональной мотивации и профессиональной самореализации между мужчинами и женщинами в образовательной сфере.

5) Выявление различий в профессиональной мотивации и профессиональной самореализации между сотрудниками с различным стажем работы в образовательной сфере.

6) Выявление связи между профессиональной мотивацией и профессиональной самореализацией у работников образовательной сферы.

7) Выявление связи между профессиональной самореализацией и стремлением к самоактуализации у работников образовательной сферы.

8) Формулирование практических рекомендаций для организации.

Статистический анализ полученных результатов осуществлялся с помощью U-критерия Манна-Уитни, коэффициента ранговой корреляции Спирмена, H-критерия Краскела-Уоллиса. Результаты признавались значимыми при значении вероятности ошибки p менее 0,05. Расчёт производился с помощью программного пакета для статистического анализа Statistica 10.

Основные социально-демографические характеристики исследуемых изучались посредством социально-демографической анкеты, вопросы которой касались пола, возраста респондента, его стажа работы в образовательной сфере, а также занимаемой руководящей или подчиненной должности в организации.

Для изучения психологических особенностей профессиональной мотивации педагогов была использована методика «Тест оценки мотивации Герчикова». В результате анализа ответов испытуемого, делается вывод касательно того, к какому типу (типам) из пяти основных типов профессиональной мотивации он относится:

1. Инструментальный тип
2. Профессиональный тип
3. Патриотический тип
4. Хозяйский тип
5. Люмпенизированный тип

Для изучения профессиональной самореализации работников образовательной сферы применялась методика «Тип и уровень профессиональной самореализации» Е.А. Гавриловой. Задачи методики – диагностика глубинного соответствия профессии и индивидуальных ценностей, смыслов, способностей, степени осознанности профессионального выбора, удовлетворенности трудом.

В методике делается вывод по поводу уровня профессиональной самореализации:

1. Примитивно-исполнительский уровень.
2. Индивидуально-исполнительский уровень.
3. Уровень реализации ролей и норм в организации.
4. Уровень смысложизненной и ценностной реализации.

Также посредством данной методики можно выяснить тип профессиональной самореализации испытуемого, который вычисляется при помощи анализа выраженности каждого из ее компонентов. Выделяются следующие типы:

1. Успешная профессиональная самореализация
2. Прогнозируемая успешная профессиональная самореализация.
3. Ложная профессиональная самореализация

4. *Прогнозируемая ложная профессиональная самореализация*
5. *Романтическая профессиональная самореализация.*
6. *Астеническая профессиональная самореализация.*
7. *Нерефлексируемая (или мнимая) профессиональная самореализация.*
8. *Формальное выполнение деятельности.*

В качестве дополнительной была использована методика «Диагностика самоактуализации личности» А.В. Лазукина в адаптации Н.Ф. Калина (САМОАЛ). Данная методика предназначена для определения уровня самоактуализации личности. Представление о том, что такое самоактуализация и как выглядит самоактуализирующаяся личность, сложилось на основе логического исследования особенностей жизни, ценностей и общения душевно здоровых, творческих и счастливых людей, проведенного А. Маслоу.

В рамках исследования использовался только показатель общего уровня самоактуализации.

Далее был проведен статистический анализ значимости различий в плане **профессиональной мотивации** между подчиненными и руководителями посредством U-критерия Манна-Уитни, в результате чего выяснилось, что Uэмп находится в зоне незначимости.

Если проводить качественный анализ полученных данных, то при анализе процентного соотношения типов профессиональной мотивации в выборке руководителей в образовательной сфере можно видеть, что большинству из них присущ профессиональный и патриотический тип профессиональной мотивации (Рисунок 1).

Что касается подчиненных в образовательной сфере, то большая часть данной группы испытуемых продемонстрировала профессиональный тип профессиональной мотивации (Рисунок 2).



Рисунок 1 – Процентное соотношение типов профессиональной мотивации руководителей в образовательной сфере

Это может объясняться тем, что руководители, в отличие от подчиненных, принимают на себя большую ответственность за деятельность организации, ее результаты, а также за подчиненных, поэтому им чаще свойственен патриотический тип профессиональной мотивации, чем подчиненным.

Помимо этого, в результате нахождения моды выяснилось, что и руководителям, и подчиненным в образовательной сфере чаще всего был характерен именно профессиональ-

ный тип профессиональной мотивации. Таким образом, как руководители, так и подчиненные в образовательной сфере в своей профессиональной деятельности чаще всего руководствуются, прежде всего, стремлением развиваться, продвижением по карьерной лестнице, инициативностью, расширением своих функциональных обязанностей. Больше всего их интересует содержание работы и трудность поставленных перед ними задач.



Рисунок 2 – Процентное соотношение типов профессиональной мотивации подчиненных в образовательной сфере

Затем был проведен статистический анализ значимости различий в плане **уровня профессиональной самореализации** между подчиненными и руководителями посредством U-критерия Манна-Уитни, в результате чего выяснилось, что Uэмп находится в зоне незначимости.

Если проводить качественный анализ полученных данных, то при анализе процентного соотношения испытуемых-руководителей по критерию уровня профессиональной самореализации можно видеть, что большинству руководителей в образовательной сфере свойственен уровень реализации ролей и норм в организации (Рисунок 3).



Рисунок 3 – Процентное соотношение испытуемых-руководителей по критерию уровня профессиональной самореализации

При этом среди руководителей не встречаются примитивно-исполнительский и индивидуально-исполнительский уровни профессиональной самореализации. Что касается испытуемых-подчиненных, то они демонстрируют схожую картину: большинству из них также присущ уровень реализации ролей и норм в организации (Рисунок 4). Также можно видеть, что среди подчиненных, в отличие от руководителей, встречались испытуемые с индивидуально-исполнительским уровнем профессиональной самореализации, что может объясняться тем, что занимаемая ими подчиненная должность предполагает выполнение задач, поставленных руководителями.



Рисунок 4 – Процентное соотношение испытуемых-подчиненных по критерию уровня профессиональной самореализации

Помимо этого, в результате нахождения моды подтвердилось то, что и руководителям, и подчиненным в образовательной сфере чаще всего был характерен уровень реализации ролей и норм в организации. Таким образом, профессиональная самореализация как руководителей, так и подчиненных в образовательной сфере отличается выраженным интересом к профессии на фоне недостаточной аутентичности и носит характер идентификации с профессиональной группой.

Также был проведен статистический анализ значимости различий в плане **типа профессиональной самореализации** между подчиненными и руководителями посредством U-критерия Манна-Уитни, в результате чего выяснилось, что Uэмп находится в зоне незначимости.

Если проводить качественный анализ полученных данных, то при анализе процентного соотношения испытуемых-руководителей по критерию типа профессиональной самореализации, можно видеть, что большинству руководителей в образовательной сфере свойственен успешный и астенический тип профессиональной самореализации (Рисунок 5). Что касается испытуемых-подчиненных, то они чаще всего демонстрировали успешный тип профессиональной самореализации, однако в отличие от руководителей, среди них чаще встречался романтический тип (Рисунок 6). Возможно, это связано с тем, что им недостает определенных ресурсов для профессиональной самореализации, несмотря на стремление, их профессиональная деятельность не приносит ощутимых результатов и именно поэтому они остаются на подчиненных должностях. Также относительно руководителей, среди подчиненных реже встречается астенический тип, что может быть связано с гораздо более широким спектром функциональных обязанностей у руководителей по сравнению с подчиненными, что приводит к утомляемости.

Кроме того, в результате нахождения моды выяснилось, что и руководителям, и подчиненным в образовательной сфере чаще всего был характерен успешный тип профессиональной самореализации. Таким образом, как руководители, так и подчиненные в образовательной сфере чаще всего демонстрировали то, что их профессиональная деятельность носит осознанный характер, соответствует их собственным ценностям и смыслам.



Рисунок 5 – Процентное соотношение испытуемых-руководителей по критерию типа профессиональной самореализации

Профессия ими была выбрана в результате успешного профессионального самоопределения, с учетом как склонностей, так и способностей, либо их личность и мотивационная система успешно адаптировались к требованиям профессии. Процесс и результат их деятельности актуализируют их личностный потенциал.

Также, несмотря на то, что в выборке руководителей чаще встречался успешный тип профессиональной самореализации, чем у подчиненных, последние чаще по сравнению с руководителями демонстрировали прогнозируемую успешную самореализацию, что может объясняться недостаточным стажем, опытом работы или особенностями профессиональной мотивации подчиненных.

Подчиненные



Рисунок 6 – Процентное соотношение испытуемых-подчиненных по критерию типа профессиональной самореализации

Для последующего анализа полученных данных выборка была разделена на две группы по критерию пола на мужчин и женщин, работающих в образовательной сфере.

В результате проведения статистического анализа значимости различий в плане типа профессиональной мотивации между мужчинами и женщинами, работающими в образовательной сфере, посредством U-критерия Манна-Уитни, выяснилось, что полученное эмпирическое значение $U_{эмп}$ находится в зоне незначимости и, соответственно, статистически значимых различий между двумя этими частями выборки нет.

Если проводить качественный анализ полученных данных, то при анализе процентного соотношения испытуемых-женщин по критерию типа профессиональной мотивации можно видеть, что женщинам, работающим в образовательной сфере чаще всего свойственен профессиональный тип мотивации (Рисунок 7).

Что касается мужчин-испытуемых, то для них также чаще всего был характерен профессиональный тип мотивации (Рисунок 8).



Рисунок 7 – Процентное соотношение женщин-испытуемых по критерию типа профессиональной мотивации

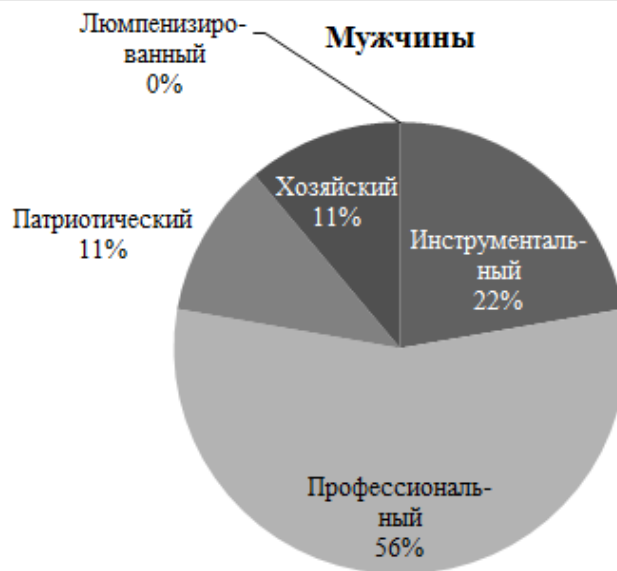


Рисунок 8 – Процентное соотношение мужчин-испытуемых по критерию типа профессиональной мотивации

Таким образом, можно видеть, что значительных отличий в плане профессиональной мотивации между мужчинами и женщинами, работающими в образовательной сфере, нет. Это может объясняться тем, что, несмотря на отличие по полу, мужчины и женщины в образовательной сфере могут демонстрировать общий гендер (фемининный или андрогинный), что могло бы повлиять на упразднение различий между ними в плане профессиональной мотивации. Так как целью исследования не было изучения гендера педагогов и его связи с их профессиональными особенностями, данное предположение остается недоказанными и является почвой для дальнейших исследований в этом направлении.

В результате проведения статистического анализа значимости различий в плане уровня профессиональной самореализации между мужчинами и женщинами, работающими в об-

разовательной сфере, посредством U-критерия Манна-Уитни, выяснилось, что полученное эмпирическое значение $U_{эмп}$ находится в зоне незначимости.

Если проводить качественный анализ полученных данных, то при анализе процентного соотношения испытуемых-женщин и испытуемых-мужчин по критерию уровня профессиональной самореализации можно видеть, что и тем, и тем чаще всего свойственен уровень реализации норм и ролей в организации (Рисунки 9, 10). Однако женщинам в образовательной сфере чаще, по сравнению с мужчинами, свойственен уровень смысложизненной и ценностной реализации – высший уровень профессиональной самореализации, для которого характерно то, что профессиональная деятельность выбирается и осуществляется при ведущей роли осознанных ценностных и смысложизненных ориентаций. Также мужчины в образовательной сфере отличаются от женщин тем, что им редко, но в некоторой степени свойственен индивидуально-исполнительский уровень профессиональной самореализации (затрудненное принятие решений, проблемы в профессиональной деятельности связаны с преобладанием «сильных» ситуаций над «слабой» личностью), чего женщины, работающие в образовательной сфере не демонстрируют.

В результате проведения статистического анализа значимости различий в плане типа профессиональной самореализации между мужчинами и женщинами, работающими в образовательной сфере, посредством U-критерия Манна-Уитни, выяснилось, что полученное эмпирическое значение $U_{эмп}$ находится в зоне неопределенности, что свидетельствует о том, что различия между группами испытуемых достоверны на уровне значимости $p < 0,05$.



Рисунок 9 – Процентное соотношение женщин-испытуемых по критерию уровня профессиональной самореализации

Таким образом, существуют статистически **значимые различия** между мужчинами и женщинами, которые работают в образовательной сфере, в плане типа профессиональной самореализации.

Среди женщин, работающих в образовательной сфере, чаще всего встречался успешный тип профессиональной самореализации, соответственно, им чаще свойственен такой вид профессиональной самореализации, при котором деятельность носит осознанный характер, соответствует их собственным ценностям и смыслам, а процесс и результат деятельности актуализируют их личностный потенциал.

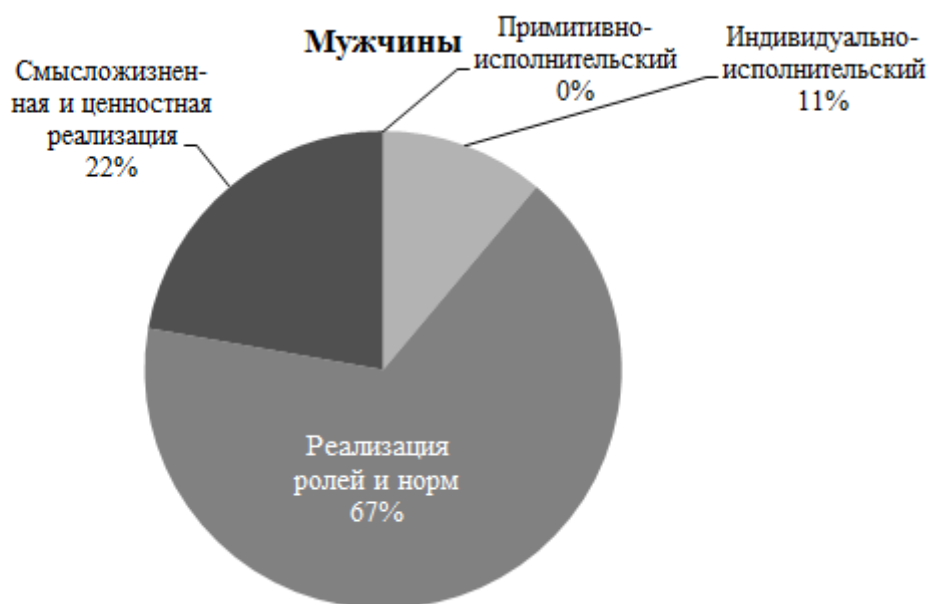


Рисунок 10 – Процентное соотношение мужчин-испытуемых по критерию уровня профессиональной самореализации

Мужчинам же чаще был свойственен романтический тип профессиональной самореализации, который отличается сильным стремлением человека выполнять данную работу и одновременно недостатке воли, усилий и выдержки для достижения ощутимых результатов. Это может объясняться тем, что мужчинам, в отличие от женщин, важнее видеть наглядные результаты своей деятельности, которых они хотят достигнуть как можно быстрее, женщинам же важнее некая внутренняя гармония с собой, окружающим миром и, в том числе, своей профессиональной деятельностью, поэтому она чаще соответствует их внутренним ценностям и смыслам.

Для последующего анализа полученных данных выборка была разделена на группы в зависимости от стажа работы в образовательной сфере.

В рамках данного исследования нами было принято решение, согласно которому целесообразнее сократить количество сравниваемых в зависимости от рабочего стажа групп до трех ввиду недостаточно большого количества испытуемых в выборке: I группа – до 5 лет; II группа – от 5 до 20 лет; III группа – свыше 20 лет.

Таким образом, был проведен статистический анализ значимости различий между испытуемыми трех вышеперечисленных групп в плане профессиональной мотивации посредством Н-критерия Краскела-Уоллиса, в результате чего выяснилось, что Нэмп находится в зоне незначимости и, соответственно, статистически значимых различий между результатами групп нет.

Если проводить качественный анализ полученных данных, то при анализе процентного соотношения испытуемых I группы (стаж до 5 лет) по критерию типа профессиональной мотивации можно видеть, что среди них в равной степени часто встречаются как инструментальный, так и патриотический и профессиональный мотивационные типы (Рисунок 11).

Что до II группы (стаж 5-20 лет), то у испытуемых этой группы, по сравнению с первой, чаще встречается профессиональный тип профессиональной мотивации, и значительно реже по сравнению с работниками с меньшим стажем работы инструментальный тип (Рисунок 12). Это может объясняться тем, что чем больше педагог занимается своей профессиональной деятельностью, тем больше ему становится интересно её содержание и в меньшей степени играет роль плата за труд.

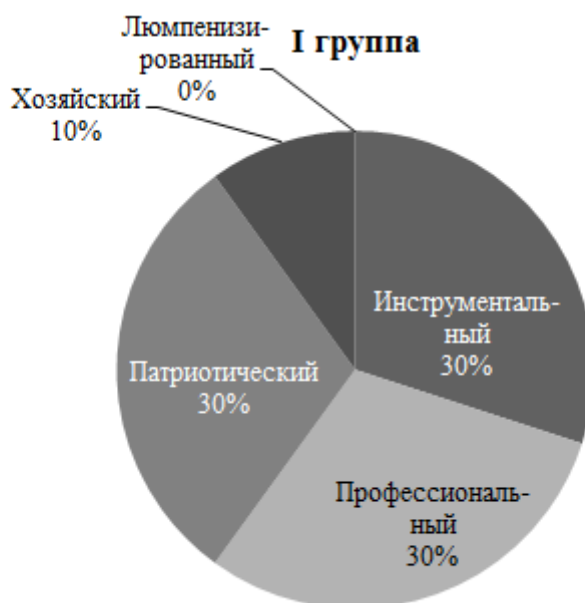


Рисунок 11 – Процентное соотношение испытуемых I группы по критерию типа профессиональной мотивации

Также им, по сравнению с испытуемыми I группы, чаще свойственен хозяйский тип мотивации, что может объясняться увеличением стремления к самостоятельности по мере приобретения профессионального опыта.

Что касается III группы, то процент испытуемых с профессиональным типом мотивации по сравнению со II группой в ней сокращается, однако остается наиболее часто встречаемым типом, а процент испытуемых с люмпенизированным типом, наоборот, увеличивается (Рисунок 13). Это может объясняться тем, что работникам с большим стажем работы в образовательной сфере с большей вероятностью может быть свойственен синдром эмоционального выгорания, что может стать причиной изменения типа профессиональной мотивации на люмпенизированный. Процент с инструментальным типом также наиболее низкий по сравнению с предыдущими двумя группами, что говорит о том, что чем больший стаж у работника образовательной сферы, тем меньше его интересует плата за труд.

Также был проведен статистический анализ значимости различий между тремя данными группами в плане уровня профессиональной самореализации посредством Н-критерия Краскела-Уоллиса, в результате чего выяснилось, что Нэмп находится в зоне незначимости и, соответственно, статистически значимых различий между тремя этими группами в плане уровня профессиональной самореализации нет.

При качественном анализе значительных различий также не было выявлено. Это может объясняться тем, что стаж работы в образовательной сфере не оказывает влияние на уровень профессиональной самореализации педагога и имеет место влияние других факторов, например, личностные особенности человека.

Кроме того, был проведен статистический анализ значимости различий между тремя вышеперечисленными группами в плане типа профессиональной самореализации посредством Н-критерия Краскела-Уоллиса, в результате чего выяснилось, что Нэмп находится в зоне незначимости и, соответственно, статистически значимых различий между тремя этими группами в плане типа профессиональной самореализации нет.

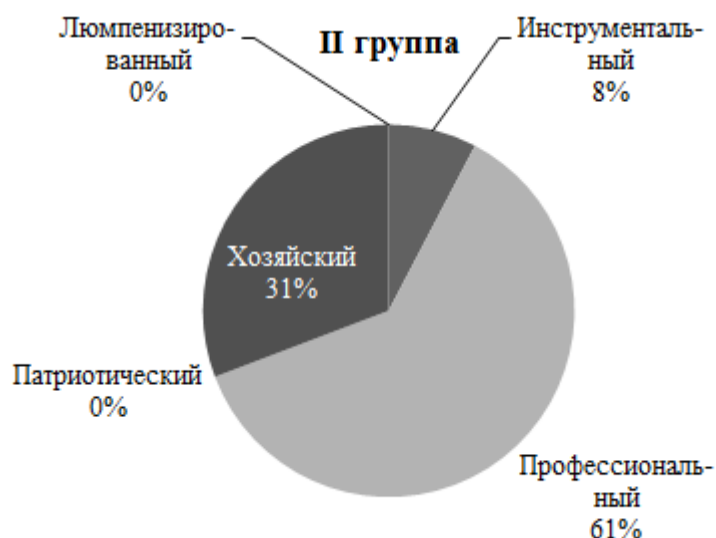


Рисунок 12 – Процентное соотношение испытуемых II группы по критерию типа профессиональной мотивации

Если проводить качественный анализ полученных данных, то при анализе процентного соотношения испытуемых I группы (стаж до 5 лет) по критерию типа профессиональной самореализации можно видеть, что чаще всего среди них встречается романтический тип (Рисунок 14). Также немного реже встречается астенический тип самореализации, что может объясняться возникновением трудностей с адаптацией на первых годах профессиональной деятельности.

Что до II группы (стаж 5-20 лет), то у испытуемых этой группы, по сравнению с первой, значительно чаще встречается тип «Формальное выполнение деятельности» (Рисунок 15), которому соответствуют выполнение работы на минимально приемлемом качественном уровне, в данном случае профессиональная деятельность тяготит исполнителя, не имеет для него смысла и не приносит удовлетворения.



Рисунок 13 – Процентное соотношение испытуемых III группы по критерию типа профессиональной мотивации



Рисунок 14 – Процентное соотношение испытуемых I группы по критерию типа профессиональной самореализации

Но при это, по сравнению с I группой, чаще встречаются успешная и прогнозируемая успешная профессиональная самореализация. Это может объясняться тем, что с увеличением рабочего стажа профессиональная самореализация получает свое развитие, однако иногда могут возникать обратные ситуации вследствие влияния различных факторов, например, упомянутого ранее синдрома эмоционального выгорания.

Что касается III группы, то в ней чаще, чем в предыдущих двух встречается успешный тип профессиональной самореализации (Рисунок 16), что может являться еще одним подтверждением предположения, касательно того, что с увеличением рабочего стажа профессиональная самореализация получает свое развитие. Также можно видеть, что у этих испытуемых чаще, чем в группах с меньшим стажем работы встречается астенический тип профессиональной самореализации, что может быть связано с бóльшим количеством лет стажа и возрастом этих работников образовательной сферы.



Рисунок 15 – Процентное соотношение испытуемых II группы по критерию типа профессиональной самореализации



Рисунок 16 – Процентное соотношение испытуемых III группы по критерию типа профессиональной самореализации

Для подтверждения второй части гипотезы, касающейся существования связи между типом профессиональной мотивации и уровнем профессиональной самореализации у работников образовательной сферы, был проведен корреляционный анализ посредством коэффициента ранговой корреляции Спирмена между шкалами методики «Тест оценки мотивации Герчикова» и компонентами профессиональной самореализации, а также уровнем профессиональной самореализации (Таблица 1).

Исходя из данных, представленных в Таблице 1, можно видеть, что у работников образовательной сферы существует значимая отрицательная связь средней силы между целевым компонентом профессиональной самореализации и инструментальным типом профессиональной мотивации. То есть чем более развиты цели, мотивы и ценности работника, объединяющиеся в цельную ценностно-смысловую концепцию его профессионального пути, тем меньше работника интересует денежный вопрос и наоборот. Таким образом, соответствие профессии педагога внутренним смыслам и ценностям работника образовательной сферы не может соотноситься с заботой о заработной плате и материальным обеспечением.

Далее нами была выдвинута рабочая гипотеза, согласно которой существует прямая связь между уровнем профессиональной самореализации и стремлением к самоактуализации у работников образовательной сферы. Для выявления связи был проведен корреляционный анализ с использованием коэффициента ранговой корреляции Спирмена. В результате выяснилось, что коэффициент корреляции $r=0,47$ и, соответственно, существует прямая связь средней силы между уровнем профессиональной самореализации и стремлением к самоактуализации у работников образовательной сферы. Соответственно, чем выше у них стремление к самоактуализации, тем выше будет уровень профессиональной самореализации и наоборот. Таким образом, рабочая гипотеза нашла свое подтверждение. Это является подтверждением тому, что недавно созданная методика «Тип и уровень профессиональной самореа-

лизации» Е.А. Гавриловой действительно является надежной и пригодна для исследования особенностей профессиональной самореализации.

Таблица 1 – Коэффициенты корреляции, полученные в результате анализа связи между компонентами профессиональной самореализации, уровнем профессиональной самореализации и типом профессиональной мотивации работников образовательной сферы ($p < 0,05$)*

	Инструментальный	Профессиональный	Патриотический	Хозяйский	Люмпенизированный	Целевой	Ресурсный	Феноменологический	Ур. проф. самор-и
Инструментальный	1,0	-0,09	-0,36	-0,12	0,11	-0,41	-0,01	-0,21	-0,32
Профессиональный	-0,09	1,0	-0,16	0,02	-0,34	0,13	0,17	-0,04	0,1
Патриотический	-0,36	-0,16	1,0	0,09	0,21	0,29	0,09	0,1	0,17
Хозяйский	-0,12	0,03	0,09	1,0	0,03	0,04	0,2	0,12	0,12
Люмпенизированный	0,11	-0,34	0,21	0,03	1,0	0,17	-0,05	-0,02	0,04
Целевой	-0,41	0,13	0,29	0,04	0,18	1,0	0,45	0,53	0,83
Ресурсный	-0,02	0,17	0,09	0,20	-0,05	0,45	1,0	0,44	0,75
Феноменологический	-0,21	-0,04	0,1	0,12	-0,08	0,53	0,44	1,0	0,8
Уровень проф. самор-и	-0,32	0,12	0,17	0,11	0,04	0,83	0,75	0,8	1,0

*жирным шрифтом выделены значимые коэффициенты корреляции

Ввиду того, что и для руководителей, и для подчиненных в образовательной сфере чаще всего характерен профессиональный тип мотивации, то в качестве практической рекомендации в этом плане можно предложить как приоритетное стимулирование – поощрение предоставление возможности обучаться за счет организации, повышение в должности, признание достижений в виде какого-либо материального или нематериального поощрения. При этом важно то, что обучение этих «профессионалов» не нужно оплачивать просто так, необходимо ставить перед ними цели, например, что зарплата будет повышена после обучения при условии улучшения результатов.

Если говорить конкретно о руководителях, так как им также часто свойственен патриотический тип профессиональной мотивации, их мотивацию помимо всего прочего может стимулировать похвала на глазах у всего коллектива, отметка их заслуг визуально (например, на доске почета, званием «лучший сотрудник»). Линейному руководителю можно было бы предложить войти в состав основной администрации организации, посещать стратегические советы и совещания.

Однако если эти виды стимулирования не работают, необходимо провести индивидуальную психологическую диагностику на предмет типа профессиональной мотивации с каждым сотрудником с целью построения индивидуальной системы поощрения конкретно для каждого. Ввиду того, что в образовательных учреждениях, как правило, текучесть кадров невелика и состав сотрудников чаще всего устойчивый, такая процедура может оказаться достаточно целесообразной и эффективной.

Кроме того, можно рассмотреть метод «кафетерия», при котором каждый сотрудник может выбрать определенные услуги в качестве вознаграждения за труд.

Также, так как руководители на момент обследования продемонстрировали некоторую истощенность физиологических и психологических ресурсов, в качестве рекомендации можно предложить проведение психологических тренингов по совладанию со стрессом, а также по обучению тайм-менеджменту именно среди руководящего персонала. Кроме того, важной рекомендацией в данном случае будет упор для делегирования полномочий. Этому может предшествовать обучение руководителей касательно особенностей данного процесса, а также того, как делать это правильно, грамотно и эффективно.

Ввиду того, что работники со стажем работы в образовательной сфере до 5 лет часто демонстрировали астенический тип самореализации, что может объясняться тем, что у них возникают трудности с адаптацией к профессиональной деятельности, еще одной практической рекомендацией будет проведение психодиагностических процедур для выявления работников с проблемами в адаптации, также психологические мероприятия по профилактике и коррекции возникновения дезадаптации на работе посредством тренингов командообразования, совладания со стрессом, тайм-менеджмента. Также может быть полезным проведение различных совместных мероприятий среди персонала, назначение наставника для новоприбывшего сотрудника.

Так как сотрудники со стажем работы от 5 лет чаще, чем остальные, демонстрировали люмпенизированный тип профессиональной мотивации, а также тип профессиональной самореализации «Формальное выполнение деятельности», что может объясняться влиянием синдрома эмоционального выгорания, в данном случае рекомендуется проведение для этих работников тренингов по совладанию со стрессом, по профилактике эмоционального выгорания. Также в курсы повышения квалификации для педагогов можно включить различные лекции по просвещению касательно различных эмоциональных состояний и синдромов, характерных для представителей образовательной сферы, способов профилактики и борьбы с ними.

Литература

1. Вилюнас В.К. Психологические механизмы мотивации человека // М.: Изд-во МГУ. 1990. 288 с.
2. Гаврилова Е.А. Психодиагностическая методика «Тип и уровень профессиональной самореализации»: разработка, описание и психометрия / Е.А. Гаврилова // Вестник ТвГУ. 2015. №3. с. 19-34 [Электронный ресурс]. – URL: http://eprints.tversu.ru/5429/1/Вестник_ТвГУ_Серия_Педагогика_и_психология_2015_3_С_19-34.pdf (Дата обращения: 04.12.2017)
3. Григорьева А.А. Влияние типа образовательной среды на профессиональную самореализацию педагогов дополнительного образования и общеобразовательных школ / А.А. Григорьева // Вестник университета (Государственный университет управления). 2012. №14(1). с. 12-15
4. Мишин А.А. Взаимосвязь мотивации и профессиональной самореализации педагогов / А.А. Мишин // Международный научно-исследовательский журнал. 2012. №6(2). с. 86-87
5. Рокицкая Ю.А. Исследование мотивации профессиональной деятельности педагогов с различным уровнем эмоционального выгорания / Ю.А. Рокицкая // Вестник Челябинского государственного педагогического университета. 2017. №1. с. 61-68

УДК 159.923.2

ОСОБЕННОСТИ ЭТНИЧЕСКОГО САМОСОЗНАНИЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ

Н.Л. Захарова, доктор психологических наук, доцент, профессор кафедры прикладной психологии, Государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Московской области «Технологический университет» («МГОТУ»), г. Королев, Россия

Л.В. Царькова, кандидат психологических наук, г. Москва, Россия

На основе методологических позиций социальной и этнической психологии определяются понятие и структурные компоненты этнического самосознания, их значимость в характерологических особенностях личности с выраженной этнической идентичностью. Определяются особенности этнического самосознания руководителей русской и немецкой национальностей, а также взаимосвязи между этническими константами и индивидуальными особенностями руководителей.

Этническое самосознание, руководители, этническая идентичность, конформизм

FEATURES OF ETHNIC CONSCIOUSNESS OF LEADERS

N.L. Zakharova, doctor of Psychology, associate Professor, Professor of the Department of Applied Psychology, State Budget Educational Institution of Higher Education of the Moscow Region "Technological University" ("MGOTU"), Korolev, Russia

L.V. Tsarkova, candidate of psychological sciences, Moscow, Russia

On the basis of methodological positions of social and ethnic psychology the concept and structural components of ethnic consciousness are defined, their significance in the characterological features of a person with a pronounced ethnic identity. The author defines the peculiarities of ethnic consciousness of the leaders of the Russian and German nationalities, as well as the relationship between ethnic constants and individual characteristics of the leaders.

Ethnic identity, leaders, ethnic identity, conformism

В контексте решения проблем эффективного взаимодействия руководителей различных национальностей, повышения качества управленческой деятельности в многонациональных организациях, оптимизации условий социальной и профессиональной адаптации молодых руководителей, необходимо обнаружить явления и феномены этнического самосознания, а также личностные особенности руководителей, которые могут оказывать негативное влияние на деятельность управленцев. Представляется чрезвычайно актуальным изучение специфики конформного поведения руководителей как фактора, детерминирующего в определенной степени уровень и качество управленческой деятельности.

Формирование и развитие этнического самосознания является одним из приоритетных направлений социальных, социально-психологических, культурологических исследований. Этническое самосознание не только является выражением культурных особенностей соци-

альных и этнических групп, но и, во многом, предопределяет успешность функционирования человека в различных условиях жизнедеятельности, включающих этническое многообразие. В связи с этим, становится интересным исследование этнического самосознания руководителей различных национальностей.

В работах Ю.В. Арутюнян[3] Б.А. Вяткина[7], Л.М. Дробижевой[10], С.В.Лурье[13], З.В. Синевич[15], В. Ю. Хотинец[16] и других затрагиваются общие теоретические вопросы этнического самосознания и этнической культуры. Исследования К.А. Абульхановой-Славской[1], М.И. Воловиковой[6], Л.М. Дробижевой[10] и др. посвящены проблемам российского менталитета. Однако сегодня отсутствуют исследования, раскрывающие взаимосвязи индивидуальных психологических особенностей человека и развития уровня его этнического самосознания.

Под этническим самосознанием в общем смысле мы понимаем системное образование психических феноменов, результатом функционирования которых являются представления субъекта о себе как представителе определенной этнической группы, а также оценка себя с точки зрения носителя признаков этнической общности [13,16]. Этническое самосознание складывается под влиянием социальной среды и ее этнических компонентов. При этом этническая общность накапливает в ходе ее исторического развития этнодифференцирующие признаки, что выражается в характеристиках процесса развития этнических субъектов, их жизни, в труде, ценностях, социальных отношениях, в обыденной жизни и т.д. Носители определенной этнической среды в процессе адаптации сформировали собственные позиции относительно окружающей среды, людей, трудовой деятельности. В самосознании каждого из членов этнического сообщества так или иначе отражаются эти позиции, что в определенной степени детерминирует психологические особенности человека.

Психологическая структура этнического самосознания может быть представлена следующими структурными компонентами: когнитивный, мотивационный, поведенческий, аффективный. Когнитивный компонент этнического самосознания включает представления субъекта об этнической общности, к которой он принадлежит. Мотивационный компонент выражается в готовности субъекта принадлежать определенной этнической общности, действовать в соответствии с ценностными позициями данного этноса. Поведенческий компонент проявляется в действиях субъекта, являющихся традиционными для данной этнической общности. Аффективный компонент может быть представлен эмоциональными переживаниями субъекта, характерными для данного этноса.

Целью нашего исследования стало определение особенностей этнического самосознания руководителей русской и немецкой национальностей и взаимосвязи между некоторыми этническими константами и индивидуальными особенностями руководителей. В исследовании приняли участие 60 руководителей отделов компании, основным видом деятельности которой является «Консультирование по вопросам коммерческой деятельности и управления».

Сложность исследования влияния этнического самосознания руководителей на уровень конформизма предполагает применение ряда методических процедур. С целью диагностики особенностей этнического самосознания был разработан опросник, в котором респондентам предлагалось высказать свое мнение по каждому пункту соответствующих вопросов. Своё отношение к высказыванию испытуемые выражали с помощью 7-балльной шкалы.

С целью определения конформизма, степени выраженности свойств, которые проявляются в межличностных отношениях, мы использовали следующие методики: «Q- сортировка: диагностика тенденций поведения в реальной группе», «Изучение межличностных отношений» (Т.Лири), «Доминирующая стратегия психологической защиты» (В.В. Бойко).

Сравнительный анализ данных проводился с помощью критерия Манна-Уитни. Корреляционный анализ проводился с помощью корреляции ранговых порядков Спирмена, которая основана на рангах значений двух переменных и является наиболее широко используемой непараметрической корреляцией.

Анализ результатов анкетирования показал следующее. Проявление этнических признаков в поведении руководителей в целом одинаково, но имеет некоторые различия по следующим факторам: участие в конференциях, организованных национальными сообществами, запреты браков с представителем иной национальности, значение для человека этих запретов, воспитание национальной гордости в семье. Выявилось, что представители русской нации реже, чем немцы ($U=23,0$ при $p>0,05$), участвуют в собраниях, конференциях, организованных национальными сообществами. Однако в русских семьях более лояльно относятся к смешанным бракам, чем в семьях немецкой национальности ($U=21,0$ при $p>0,05$).

В наибольшей степени этнические признаки проявляются в поведении руководителей-немцев, в наименьшей – руководителей-русских ($U=13,0$ при $p>0,05$): количество респондентов, соблюдающих традиции, обычаи своего народа, выше в выборке немецких руководителей.

Интересен тот факт, что в выборке русских руководителей больше респондентов, желающих проживать на территории, где преобладают только люди их национальности ($U=24,0$ при $p>0,05$). Это тем более удивительно, так как известна тенденция, когда русские люди, добившиеся материального или иного благополучия, стараются покинуть страну. Вероятно, здесь обнаруживаются приметы последнего времени: люди желают остаться на родине, если они удовлетворены своей жизнью, имеют достойную работу и достойный заработок.

Что касается источников воспитания и формирования этнического сознания, то здесь отмечается следующее: по нашим данным, в русских семьях в наименьшей степени придается значение этническому воспитанию, чем в немецких семьях ($U=12,0$ при $p>0,05$). Лишь небольшое количество респондентов указали на школу как источник формирования этнического сознания русских.

Результаты анализа данных теста «Этническое самосознание» показали, что осознание особенностей этнической культуры руководителями имеет разный уровень развития. Так, у представителей русской национальности этот показатель меньше, чем у представителей немецкой, является самым низким по данной выборке ($U=23,0$ при $p>0,05$).

Степень осознания психологических особенностей этноса достаточно высокая у представителей Германии ($U=22,0$ при $p>0,05$). У руководителей из России этот показатель является низким. На вопрос: «В какой степени отличается представитель Вашего этноса от других по ниже перечисленным психологическим особенностям?» русские руководители самую высокую степень отличия определили по факторам «характер» и «познавательная сфера»; немецкие - «характер». Это означает, что руководители выделяют некоторые особые черты характера, присущие только определенной нации (этническому сообществу). В наименьшей степени респонденты оценили степень проявления коммуникативности. Вероятно, это объ-

ясняется той социальной ролью, которую выполняют руководители: в организации есть определенные правила общения, общепринятые для представителей любой национальности, поэтому этот признак не выделен респондентами как отличительный.

Осознание тождественности со своим этносом в наибольшей степени развито у представителей немецкой национальности, в наименьшей – у русской ($U=26,0$ при $p>0,05$). Наибольшее сближение с людьми своей национальности руководители определяют по фактору «обычай, нравы, традиции», наименьшее – по факторам: «одежда», «особенности общения в семье» (русские); «одежда» (немцы).

Этническая идентичность по этнопсихологическим признакам оказалась наиболее высокой у руководителей немецкой национальности ($U=21,0$ при $p>0,05$). В наибольшей степени русские осознают свою идентичность по характеру, немцы – по характеру и ценностям.

Сравнительный анализ корреляционных связей показал: руководители, обладающие низким уровнем этнического самосознания, идентифицируют собственные мысли и действия с культурными традициями своего этноса как в профессиональной, так и в материальной сферах. Руководители, показавшие средний уровень развития этнического самосознания, не только выражают готовность соблюдать традиции своей этнической общности, но и собственные индивидуально-психологические качества идентифицируют с убеждениями, ценностями, взглядами собственной этнической общности. Руководители с высоким уровнем развития этнического самосознания имеют развитую этническую самоидентификацию, выраженную в разнообразных связях между всеми компонентами этнического самосознания.

В выборке русских руководителей наличие низкого уровня этнического самосознания характеризует изменение сформированной системы этнопсихологических особенностей. Так называемый «сдвиг» этничности является все большим проникновением в жизнедеятельность русских иной, как правило, европейской, культуры. Такие изменения приводят не только к социально-психологической зависимости личности от предлагаемых условий бытия, но и к формированию новых компонентов этнической культуры и этнического мира, становящихся составляющими нового этнического самосознания субъекта.

Сравнительный анализ эмпирических данных, характеризующих руководителей русской и немецкой национальностей, показал, что развитие этнического самосознания происходит в условиях не только проживания в определенной стране, на определенной территории, но и под влиянием проникающих элементов культуры иных этнических общностей.

Согласно результатам анализа эмпирических данных с помощью математической статистики можно говорить о следующих закономерностях: с повышением уровня развития этнического самосознания изменяется количество структурных связей, что обуславливает целостность этнического самосознания.

Результаты нашего исследования показали, что субъекты, обладающие высоким уровнем этнического самосознания, испытывают чувство гордости за свою страну и представителей своей национальности, готовы развивать культуру, поддерживать традиции, а также отношения с представителями других национальностей. У них доминируют позитивные этнические гетеростереотипы и межэтнические аттитюды. Очевидно, что познание субъектом окружающей среды, а также собственного этноса, происходит, в том числе, посредством познания себя и своих индивидуально-психологических особенностей. Осознание человеком собственной этнической идентичности происходит намного позже, чем осознание себя как

личности. А, следовательно, осознание собственной этнической индивидуальности определено степенью адаптации человеком к условиям проживания этноса.

Исследование связей между уровнем развития этнического самосознания и психологических структур личности показало следующее. Нами были изучены основные тенденции поведения в реальных группах с различным уровнем развития этнического самосознания по методике «Q - сортировка: диагностика основных тенденций поведения в реальной группе». Исследование показало, что по фактору «зависимость-независимость» имеются следующие различия. Тенденция к независимости в большей степени развиты у руководителей-немцев ($U=33,0$ при $p>0,05$). Полагаем, что у всех руководителей выражено стремление к принятию групповых стандартов и ценностей. Однако, немецкие респонденты более независимы в своих взглядах и мнениях. Большая зависимость у русских, скорее всего, объясняется ситуацией, в которой находятся в настоящий период руководители: они являются наемными работниками в немецкой компании, что может ограничивать их возможности быть более независимыми. Возможно, здесь проявляется так называемая внешняя конформность, которая не всегда предполагает личностное согласие с поневоле соблюдаемыми групповыми нормами.

Корреляционный анализ показал, что существует зависимость между показателями зависимости-независимости и уровнем этнического самосознания у респондентов двух групп ($r=0,522$). Анализ данных по шкале «общительность-необщительность» показал, что значимых различий в выборках респондентов не обнаружены. Руководители обеих групп предрасположены к общению, контактны, стремятся образовывать эмоциональные связи. Значимых корреляционных связей между этим показателем и уровнем этнического самосознания не выявилось. Заметим, что управленческая деятельность характеризуется наличием необходимого коммуникативного взаимодействия. Следовательно, коммуникабельность, тенденция взаимодействовать с другими людьми, во многом, обусловлена характеристиками самой управленческой деятельности, что подтверждается нашими данными.

Выявилось, что наибольшее стремление руководителя участвовать в групповой жизни, добиваться более высокого статуса в системе межличностных взаимоотношений выражена в выборке русских респондентов. Значимых корреляционных связей между этим показателем и уровнем этнического самосознания не выявилось.

Различия представлений о себе и идеальном образе в большей степени выражены у русских испытуемых, чем у немцев. В целом, можно предположить, что русские испытуемые менее уверены в себе по сравнению с представителями Германии. Наибольшие различия выявлены между показателями доминирование - уступчивость, уверенность в себе - зависимость (таблица).

Противопоставление в реальном и идеальном Я первого и пятого октантов свойственно респондентам с нереализованной авторитарностью; второго и шестого октантов говорит о проблеме независимости – подчиняемости. Респонденты в выборке русских руководителей хотели бы в большей степени стать независимыми и быть более уверенными в себе. В идеале стремятся быть более доброжелательными с окружающими.

Таблица 1 - Статистические характеристики представлений респондентов о Я-реальном (средние значения и стандартное отклонение)

Октанты	Группы респондентов			
	Русские		Немцы	
	значение	S	значение	S
1	8,54	3,16	8,54	3,16
2	6,62	2,26	6,62	2,26
3	6,85	2,07	6,85	2,07
4	5,35	2,63	5,35	2,63
5	4,93	2,72	4,93	2,72
6	4,86	2,59	4,86	2,59
7	6,53	2,64	6,53	2,64
8	6,65	3,36	6,65	3,36

Соотношение показателей признаков противоположных октантов свидетельствует о возможной компенсации тех качеств личности, которые снижают уровень адаптации русских руководителей в профессиональной среде. В Я-реальном русских руководителей преобладают качества доминантности и самостоятельности, что свидетельствует о повышении самоконтроля и ответственности. Я-идеальное характеризуется стремлением снизить собственные агрессивные установки, что означает психологическую готовность руководителей – русских к взаимодействию с другими представителями общего профессионального сообщества.

Данные по выборке руководителей-немцев показали умеренные оценки по всем октантам реального и идеального Я. Такие значения свидетельствуют об уверенности субъектов в себе, в своих организаторских и управленческих качествах.

В выборке немецких руководителей выявлено увеличение средних значений по доминированию, уверенности в себе, консерватизму. Это свидетельствует, что с повышением стажа работы в должности руководителя у представителей немецкой национальности возрастает стремление к власти, управлению, вместе с тем, соблюдению уже выработанных традиций. В представлении респондентов идеальному образу Я-руководителя приписывается больше независимости, упорства в отстаивании собственной точки зрения и доминирования. При этом средние значения по качеству подчиняемости уменьшаются.

Высокие показатели различий между Я-реальным и Я-идеальным выявлены по следующим характеристикам: доверчивость, уступчивость, покорность и повышенное чувство вины. Это означает, что руководители-немцы, по их же мнению, не готовы доверять свои коллегам или другим лицам, не готовы идти на компромисс с потерей какой-либо выгоды, не испытывают чувство вины при неудачах в каких-либо делах или отношениях, не готовы к подчинению. При этом, немецкие руководители показывают готовность исправить такую ситуацию и быть более доверчивыми и уступчивыми.

В результате сопоставления представлений респондентов о себе и идеальном образе Я-руководителя обнаружено следующее. Существуют значимые различия респондентов-русских о Я-реальном по первому (доминирование), второму (уверенность в себе), третьему (консерватизм), четвертому (негативный лидер), шестому (зависимость) октантам.

Установлены достоверные различия представлений русских и немецких руководителей по умеренным значениям второго октанта (уверенность в себе) идеального образа Я-

руководителя. Руководители-немцы представляют идеал в наиболее умеренной уверенности и независимости.

Обращение к корреляционному анализу межоктантных связей Я-реального и идеального образа Я руководителя в немецкой и русской выборках показало следующее. В группе немецких руководителей обнаружена достоверная связь средних значений показателей первого октанта (доминирование) Я-реального с идеальным образом Я-руководителя по первому ($r=0,654, p<0,01$), шестому (зависимость) ($r=0,0386, p<0,05$) и восьмому (отзывчивость) ($r=0,454, p<0,01$) октантам; между третьим (консерватизм) октантом Я-реального и первым (доминирование) ($r=0,464, p<0,01$), вторым (уверенность в себе) ($r=0,356, p<0,05$), третьим (консерватизм) ($r=0,426, p<0,01$) октантами идеального образа Я-руководителя; шестым Я-реального и первым ($r=0,526, p<0,01$), седьмым ($r=0,475, p<0,01$), восьмым октантами ($r=0,581, p<0,01$).

Кроме того, установлена достоверная связь значений шестого октанта Я-реального со стажем ($r=0,378, p<0,05$) руководителей. Корреляционные связи показывают следующее: при увеличении стажа управленческой деятельности у субъекта повышается потребность в том, чтобы доверять окружающим, в признании со стороны коллег и подчиненных, а также стремление к тесному сотрудничеству и дружелюбному отношению к персоналу. Очевидно, что опыт работы свидетельствует о снижении авторитарности в управленческой деятельности, в развитии способности руководителя ценить и беречь специалистов, чему способствуют доброжелательные отношения всех субъектов профессиональной деятельности.

Таким образом, в наибольшей степени этнические признаки проявляются в поведении руководителей-немцев, в наименьшей – руководителей-русских. Тенденция к независимости в большей степени развиты у руководителей-немцев. Существует зависимость между показателями «зависимость-независимость» и «уровень этнического самосознания» у респондентов двух групп. Руководители обеих выборок выражают готовность к деловому общению, стремятся образовывать эмоциональные связи в своей группе и за ее пределами. Наибольшее стремление руководителя участвовать в жизни организации, добиваться более высокого статуса, создавать и поддерживать межличностные взаимоотношения выражены в выборке русских респондентов. Соотношение показателей признаков противоположных октантов говорит о путях компенсации характеристик Я-концепции, которые ухудшают адаптацию русских руководителей в профессиональной среде.

Перспективы исследования данной проблемы весьма широки. На наш взгляд, представляет интерес изучение взаимосвязи процессов формирования этнического самосознания и экономического сознания субъектов деятельности; кроме того, в дальнейшем возможно определение структуры этнического самосознания руководителя и влияние элементов этой структуры на формирование типологических и индивидуально-психологических качеств человека. Интересно также изменение этнических констант под влиянием профессиональной или социальной группы.

Данные эмпирического исследования могут быть использованы специалистами отделов по работе с персоналом, в курсах по социальной психологии, по этнопсихологии, на семинарах для руководителей с целью оптимизации общения с коллегами других национальностей.

Литература

1. Абульханова К.А., Воловикова М.И., Елисеев В.А. Проблемы исследования индивидуального сознания // Психол. журн. 1991. Т. 12. № 4. С. 27–40.
2. Аклаев А.Р. Язык в системе национальных ценностей и интересов // Духовная культура и этническое самосознание наций. Вып. 1. М., 1990. С. 12—38.
3. Арутюнян Ю.В., Дробижева Л.М., Сусоколов А.А.. Этносоциология. М.: Аспект – Пресс, 2013. 270 с.
4. Бернс Р. Я-концепция и Я-образы// Самосознание и защитные механизмы личности. Хрестоматия.- Самара: Издательский дом «Бахрах – М», 2003. С.133-220.
5. Бодалев А.А. Психология общения. Избранные психологические труды. М.: Издательство Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2002. 320 с.
6. Воловикова М.И., Гренкова Л.Л. Современные представления о порядочном человеке // Российский менталитет: вопросы психологической теории и практики / Под ред. К.А. Абульхановой, А.В. Брушлинского, М.И. Воловиковой. М., 1997. С. 93–111.
7. Вяткин Б. А., Хотинец В. Ю. Этническое самосознание как фактор развития индивидуальности // Психол. журн. 1996. Т. 17. № 5. С. 69 — 75.
8. Гиллер Ю.И. Социология самостоятельной личности. М.: Академический проспект; Гаудеамус, 2006. 224 с.
9. Губогло М.Н. Современные этноязыковые процессы (Опыт, уроки и задачи этносоциологического изучения) // Расы и народы. Вып. 3. М., 1979. С. 9—31.
10. Дробижева Л.М. Этническое и историческое самосознание народов СССР на рубеже последнего десятилетия XX века (в конце 80-х — начале 90-х гг.) // Духовная культура и этническое самосознание. Вып. 2. М., 1991. С. 65—82.
11. Железнов Ю.Д., Э.А. Абрамян, С.Т. Новикова. Человек в природе и обществе. Введение в эколого-философскую антропологию. М.:Изд-во МНЭПУ, 1998. 300с.
12. Кун М., Макпартлэнд Т. Эмпирическое исследование установок личности на себя // Современная зарубежная социальная психология. Тексты / Под ред. Г.М. Андреевой, Н.Н. Богомоловой, Л.А. Петровской. М., 1984. С. 180 — 187.
13. Лурье С.В. Историческая этнология: учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 1997. 448 с.
14. Розум С.И. Психология социализации и социальной адаптации человека. – СПб.: речь, 2006. -365 с.
15. Синевич З.В. Социология и психология национальных отношений. СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2015. 203 с.
16. Хотинец В. Ю. Этническое самосознание. СПб.: Алетейя, 2010. 240с.
17. Чернявская Ю.В. Роль этнической самооценки в самосознании народа // Личность. Культура. Общество. 2012. Т., вып.4. С.269-277.

УДК 37.013.2

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ НИЩЕТА РОССИЙСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ

А.Э. Ларионов, к.и.н., доцент кафедры социальных и гуманитарных технологий
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области

«Технологический университет», г. Королев, Московская область

А.В. Новичков, к.и.н., доцент кафедры социальных и гуманитарных технологий
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области

«Технологический университет», г. Королев, Московская область

В статье рассматривается проблема концептуально-методологической основы российского образования. Анализ осуществляется на основании текста важнейших правовых и проективных документов федерального уровня, касающихся определения приоритетов государственной политики в сфере образования. Посредством сравнения этих положений с фундаментальными смыслами понятия «образования» и привлечения достижений русской социально-политической философии делается общий вывод о скудости концептуального обеспечения российского образования. В современности и перспективе этим обусловлена системная деградация образовательного пространства и рост конфликтности в отношениях между субъектами педагогического процесса.

Образование, концепция, общество, государство, социальные процессы.

CONCEPTUAL POVERTY OF RUSSIAN EDUCATION

A.E. Larionov, Ph. D., associate Professor of social and humanitarian technologies
State Educational Institution of Higher Education

Moscow Region «University of technology», Korolev, Moscow region

A.V. Novichkov, Ph. D., associate Professor of social and humanitarian technologies State Educational
Institution of Higher Education

Moscow Region «University of technology», Korolev, Moscow region

The article deals with the problem of conceptual and methodological basis of Russian education. The analysis is carried out on the basis of the text of the most important legal and projective documents of the Federal level concerning definition of priorities of the state policy in the field of education. By comparing these provisions with the fundamental meanings of the concept of "education" and attracting the achievements of Russian socio-political philosophy, a General conclusion is made about the scarcity of conceptual support for Russian education. In the present and future, this is due to the systemic degradation of the educational space and the growth of conflict in relations between the subjects of the pedagogical process.

Education, concept, society, state, social processes.

О проблемах и кризисных явлениях современного российского образования говорится и публикуется огромное количество материалов – обыденного, скандального, публицистического, научно-аналитического характера. Вероятно, нет такого элемента в системе образования, который бы не подвергался более-менее острой критике. Содержание образовательных стандартов и программ, интенсивность учебной нагрузки, принципы и нормы общения педагогов и учащихся, по-

зиция родителей и нравственность, дисциплина школьников и студентов, качество подготовки выпускников учебных заведений и степень соответствия получаемых знаний потребностям общества и государства, вызовам времени, зарплата учителей и их профессиональная мотивация... Количество объектов и поводов к критике огромно, равно как и число людей вовлечённых в критическую коммуникацию. В то же время, при обилии негативных высказываний как рационального, так и сугубо эмоционального характера, мы можем наблюдать крайнюю скудость сколько-нибудь конструктивных идей относительно того, как же улучшить имеющуюся ситуацию? Подчеркнём: не разово решить собственную, локальную проблему путём жалобы на педагога или директора, отстаивания педагогами своих трудовых прав и т.п., а именно системно улучшить ситуацию.

Признавая справедливость значительной части критических материалов, отметим, что в них само образование рассматривается как интуитивно и для всех понятный термин. Между тем, как показывает опыт, кажущееся самоочевидным, вовсе не обязательно является таковым в действительности, а количество разночтений и конфликтующих интерпретаций может быть равным числу субъектов дискуссии или даже превышать его.

В целях прояснения значения и получения (в идеале) семантической и гносеологической определённости, обратимся к тем определениям термина «образования», которые существуют в современной гуманитарной научной сфере и являются результатом академического консенсуса.

Например, в энциклопедии «Глобалистика» образование рассматривается в 4-х модальностях: 1) как «составная часть социализации личности» (функциональный подход); 2) как «система информации, которая содержится в образовательных программах... и осуществляется в процессе обучения» (коммуникативная модель); 3) в качестве «институционально организованной деятельности, которая обеспечивается системой просвещения» (институциональный подход); 4) качество (уровень) населения (стратификационная модель) [1, с.712].

В энциклопедическом издании культурологического профиля образование определяется как совокупность «разноуровневых и разнопрофильных социокультурных практик, главной целью которых является передача и освоение знаний, культурных образцов и норм» [5, с.706]. Если следовать содержащемуся в данном определении понятию цели, то можно обозначить такой подход как функционально-телеологический. Но проблема заключается в том, что сама цель здесь фактически представлена как некий процесс, высший смысл которого не указывается.

Социологическая теория исходит из иных установок: «Образование – функция социума, обеспечивающая воспроизводство и развитие социума и систем деятельности. Эта функция реализуется через процессы трансляции культуры и реализации культурных норм в изменяющихся исторических ситуациях...» [8].

В Российской педагогической энциклопедии мы можем вновь встретиться с функциональным подходом, но наделённым социальным целеполаганием: «Образование – процесс педагогически организованной социализации, осуществляемой в интересах личности и общества» [6]. Иными словами, здесь можно увидеть синтез функции и социальной цели, которая придаёт смысл всякой деятельности.

Проблема соотношения педагогических коммуникаций и технологий с социальной онтологией ставилась и в более ранние периоды социально-педагогической рефлексии. В частности, один из основоположников социологии Эмиль Дюркгейм усматривал сущностный функционал образования в «развитии известного набора интеллектуальных, нравственных, физических качеств, которых требует общество и среда». Конечным желаемым результатом такой интегрированной коммуникации является формирование преобразование человека в состояние, потребное социуму [7, с.725].

Из числа менее известных трактовок образования целесообразно упомянуть взгляды выдающегося социолога и культуролога, логика и философа Давида Бенъяминовича Зильбермана. В рамках его интегральной «модальной методологии», пронизанной коннотациями индуистской философии образование интерпретируется как трансляция абсолютных значений посредством пре-

дельно ритуализованной и сакрализованной вербальной коммуникации [2, с.188-190]. Именно ритуалы сакральных языковых практик, по мнению Зильбермана, выступают в качестве генераторов социальности и константных факторов поддержания транстемпоральной идентичности конкретного социума.

Даже этот краткий экскурс в историю интерпретаций термина «образование» позволяет заключить о его многоаспектности. Что не означает, однако, невозможности методологического консенсуса. Как можно убедиться, практически во всех подходах и продуцируемых ими определениях можно выделить две важнейших категории: это передачу социального опыта и, на его основании, перманентное воспроизводство социума. Следовательно, правомерно внести собственный вклад в терминологическую дискуссию. По нашему мнению, образование можно рассматривать как *воспроизводство социальности посредством институционализированной трансляции кумулятивного социального опыта*.

Таким образом, важнейшей функцией образования во всех его видах является обеспечение дальнейшего бытия общества как целостной системы. В рамках этой мета-функции можно сколько угодно детализировать и выделять более профильные функции: социализация, адаптация, нравственное и патриотическое воспитание, профессиональная ориентация и подготовка и т.п. Но фундамент останется неизменным. Любые функциональные и технологические флуктуации происходят на более низких уровнях.

Коль скоро образование выступает как структуро-образующая социальная подсистема, которая отвечает за продолжения существования общества в будущем, совершенно логично постоянно задаваться вопросом о том, какое общество нам желательно получить в будущем? Отсюда вытекает и другой вопрос: какие идеальные модальности личности во взаимосвязи с социумом должны определять телеологию и аксиологию самого образования как типа социальной коммуникации и направленного социального процесса? К чему оно, собственно, должно быть направлено? Какой человеческий «продукт» нам требуется получить на выходе учащегося из стен образовательного учреждения во взрослую самостоятельную жизнь? Лишь отыскав и артикулировав внятные ответы на данные вопросы, можно рассчитывать на преодоление тех негативных моментов, на которые с разных сторон указывают все субъекты образовательного пространства: учащие и учащиеся, родители, управляющие и контролирующие органы, журналисты, священнослужители, защитники прав ребёнка. Аппелляция к ценностям и парадигмам, к универсальным социальным концепциям становится, таким образом, насущной необходимостью.

Как с этим обстоит дело в рамках современной педагогической реальности Российской Федерации? За поиском ответа обратимся к документам высшего государственного уровня. В первую очередь нас будут интересовать Федеральный Закон «Об образовании» и Национальный проект «Образование 2018-2024». ФЗ-273 «Об образовании» был принят в декабре 2012 года. Значительная часть его методологических установок и формулировок конкретных положений вызывала нарекания со стороны тех, чью деятельность он был призван регулировать, но законодатели и заказчики в лице органов государственной власти предпочли большинства нареканий не заметить. В статье 2 ФЗ-273 образование определяется как «единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов» [9].

Телеология образования выражена здесь весьма расплывчато – поскольку совершенно не ясно, в чём же именно состоят интересы человека, семьи, общества и государства? Если определение этого оставлено на индивидуальное усмотрение каждого из участников или представителей/выразителей интересов субъектов образовательного процесса, то совершенно очевидно, что

расхождения и, как следствие, конфликты могут стать неотъемлемой и детерминированной частью всей системы образования, на всех её уровнях.

Создатели закона не удосужились хотя бы в контурах предложить обществу и гражданам те цели, к которым следует стремиться в их социальной деятельности и бытии. Образование оказывается самообусловленной деятельностью по умолчанию, что опять-таки программирует волюнтаризм интерпретаций и, вместо повышения степени телеономии (упорядоченности) социальной системы объективно способствует социальной энтропии. Абсолютизируя, то есть доводя наши рассуждения «ad ultima limes» (до крайних пределов – лат.), мы вправе сказать, что при господстве подобных расплывчатых формулировок в важнейшей сфере конструирования социальности, социальный хаос будет пронизывать как самую образовательную деятельность на стадии её практического осуществления, так и получающуюся в качестве итоговых результатов систему отношений в обществе. Следовательно, российская система образования, вместо созидания социальности становится её разрушителем. Учитывая же, что подобный телеологический нигилизм заложен в тексте нормативно-правового акта высшего уровня, можно сказать, что именно государство, как заказчик и организатор образовательной деятельности и модератор отношений в её сфере, становится генератором социального хаоса в общенациональном масштабе.

Однако быть может, сделанные выводы грешат излишними предвзятостью и радикализмом? И отмеченные пробелы и недостатки купируются при переходе на аксиологический уровень? В этом ракурсе особый интерес вызывает ценностная подоплека российского образования, фиксированная в ст.3 ФЗ-273: «1. Государственная политика и правовое регулирование отношений в сфере образования основываются на следующих принципах:

- 1) признание приоритетности образования;
- 2) обеспечение права каждого человека на образование, недопустимость дискриминации в сфере образования;
- 3) гуманистический характер образования, приоритет жизни и здоровья человека, прав и свобод личности, свободного развития личности, воспитание взаимоуважения, трудолюбия, гражданственности, патриотизма, ответственности, правовой культуры, бережного отношения к природе и окружающей среде, рационального природопользования;
- 4) единство образовательного пространства на территории Российской Федерации, защита и развитие этнокультурных особенностей и традиций народов Российской Федерации в условиях многонационального государства;
- 5) создание благоприятных условий для интеграции системы образования Российской Федерации с системами образования других государств на равноправной и взаимовыгодной основе;
- 6) светский характер образования в государственных, муниципальных организациях, осуществляющих образовательную деятельность...» [9].

На первый взгляд, всё выглядит стройно и благостно. Но при вдумчивом анализе заложенного в формулировках смысла нельзя не обратить внимание на очевидные диссонансные мотивы, которые буквально сводят к нулю значимость красивых фраз и высказанных в предшествующей цитате ориентиров на соблюдение интересов семьи, общества и государства. Так, совершенно неясен первый пункт – *над чем и во имя чего* декларируется приоритетность образования? Ответа на этот вопрос в тексте закона мы не получаем.

Прекрасно выглядящая идея 2-го пункта о равноправии и недопущении дискриминации в сфере образования разбивается о жестокую социальную реальность в виде снижения количества бюджетных мест набора студентов на многие специальности гуманитарного профиля и ежегодного директивного роста цен на коммерческие места в учреждениях ВПО и СПО. Мало того, что сама концепция коммерциализации образования и превращения его, таким образом, из гарантированного государством социального блага в монетарно регулируемую услугу есть разрушительная для личности и общества, так ещё и платёжеспособность подавляющего населения, непрерывно

падающая в течение последних 5 лет в масштабах страны, резко сокращает доступ многих тысяч граждан к подлинно качественному образованию. То есть господствующие социальные практики (также насаждаемые государством) в корне подрывают расплывчатые положения о равноправии и недопущения дискриминации в системе социальных отношений в сфере образования. Напротив, образовательная среда становится одним из главных средств насаждения социальной сегрегации, насаждаемых государством в общенациональном масштабе. Юные граждане России с первых своих шагов в образовательных учреждениях сталкиваются с дискриминацией как с системным явлением и впоследствии понесут заложенную дискриминационную матрицу по жизни. Таким образом, вместо укрепления единства общества, образование *de facto* легитимирует социальное расслоение вплоть до насаждения непреодолимых кастовых перегородок. Последнее становится очевидностью, если учесть вопиющие диспропорции в финансировании и материальном обеспечении образовательных учреждений и уровня зарплат сотрудников в регионах России. В этом смысле можно сказать, что никакие благие декларации, не достигнут своей цели, поскольку вступают в системное противоречие со всей существующей моделью развития страны. Конечно, можно сказать, что сама система образования и политика государства в данной отрасли есть неотъемлемая часть и продукт той социальной модели, которая с катастрофическими последствиями и невзирая на инстинктивное отторжение большинством населения реализуется государством на протяжении без малого 30 лет. И это будет безусловной истиной. Но, с другой стороны, образование как локомотив воспроизводства и развития социальности, устремлённый в будущее, способствует расширенному воспроизводству именно данной патологической и пагубной для страны и народа социальной системы.

Не меньшие вопросы возникают при чтении следующих положений данной статьи. Так, в п.3 говорится о приоритетности прав и свобод личности и буквально тут же провозглашается формирование патриотизма, гражданственности, ответственности. То есть в микс смешаны либеральная и традиционная парадигмы социального бытия. Патриот – человек, которые априори ставит интересы Родины и породившего его социума выше собственных, из чего вытекает совершенно логично приоритет долга и обязанностей на правами и свободами. Первичны именно обязанности, а права есть следствие их выполнения. В тексте ФЗ-273 всё поставлено с ног на голову! Бесконфликтно разрешить отмеченное противоречие фактически невозможно.

Утверждаемое в п.4 «единство образовательного пространства» тут же сочетается с этнокультурными особенностями. То есть первое фактически подрывается и разрушается вторым. Складывается впечатление, что авторы закона и вытекающих из него нормативных актов более низкого уровня пытаются совместить несовместимое во всей своей деятельности: синтезировать государственное единство и боязнь обидеть какой-то из малых этносов, стремление укрепить традиционные ценности, без которых существование общества и государства немислимы и тут же – страх вступить в противоречие с либеральными догматами о приоритете прав и свобод личности над всем остальным.

Особого внимания заслуживает положение о курсе на «международную интеграцию российского образования». Учитывая содержащееся в конституции Российской Федерации положение о приоритете международных правовых актов над собственно российскими, это фактически означает лишение российского образования суверенитета. Кроме того, абсолютно не определены цели такой интеграции. То есть, при отсутствии собственной повестки дня и указанного выше приоритета международного права над российским образование перестаёт быть сферой реализации исключительных интересов исторической витальности Российской цивилизации, превращаясь в рычаг её постепенной ассимиляции в угоду либерально-глобалистской парадигме. Особенно учитывая агрессивно-анти традиционный, откровенно постмодернистский характер последней.

Иными словами, ФЗ-273 является объективным генератором разрушения российской цивилизационной идентичности и государственной устойчивости. Содержащиеся в нём концептуальные положения, при всей своей расплывчатости порождают целый ряд следствий и нормативно-правовых актов нижестоящего уровня, которые будут реализовывать именно такую патологическую парадигму. Чиновники, что вполне естественно, при осуществлении управленческих действий, руководствуются буквальным прочтением закона, каждое положение которого может быть развёрнуто в целостный конкретно-предметный документ. Совокупность этих документов формирует практическую коммуникативную среду в образовательных организациях.

Примечательно и симптоматично, что в другом документе, но не директивного, а проективного характера, также порождённым на высшем государственном уровне, идея об ориентации российского образования вновь повторена и даже усилена. Речь идёт о документе «Национальный проект «Образование» 2018-2024»: «1. Обеспечение глобальной конкурентоспособности российского образования, вхождение РФ в число 10 ведущих стран мира по качеству общего образования; 2. Воспитание гармонично развитой и социально ответственной личности на основе духовно-нравственных ценностей народов РФ, исторических и национально-культурных традиций». [3] Приведённая цитата представляет собой важнейшие цели Нацпроекта, вынесенные в его начало. Как известно, свойство человеческого сознания таково, что лучше всего усваиваются начальная и финальная части текста. Именно они задают ориентиры восприятия и параметры мышления и действия. Тот факт, что мантра «конкурентоспособности», да ещё «глобальной» овладела умами руководителей государства. И они насаждают её с упорством, достойным лучшего применения. Не менее показательным, что воспитание гармоничной личности в духе приверженности «исторических и национально-культурных традиций» поставлено в качестве второй цели. То есть иерархия приоритетов в данном случае расставлена совершенно недвусмысленно. Национальная самобытность и цивилизационная идентичность России поставлены на второй, следовательно, подчинённое место перед глобалистскими интенциями. То есть, сколько бы ни говорили Президент и члены Правительства об укреплении традиционных ценностей, сами они рассматривают их как расходный материал, которым можно пренебречь ради «глобальной конкурентоспособности». Совместить метафизические идеалы Русской цивилизации и стремление к высшей справедливости во имя спасения души с установками на рыночную конкуренцию невозможно в принципе. Что-то одно должно уйти. Как явствует из анализа концептуальных положений стратегических документов об образовании в России, именно первое обречено на заклятие. Тот факт, что между ФЗ-273 и Национальным проектом «Образование» пролегал 6 лет, свидетельствует о том, что генеральная установка соблюдается и имеет тенденцию к усилению. Фактически, мы вправе говорить о предательстве правящей элиты интересов и традиций России.

Об этом с горечью и предельно выразительно писал А.С. Панарин: «Новая элита изначально не отождествляет себя с «этим» народом: ее «мы» больше относится к международным центрам власти – интернационалу глобализма, чем к туземному населению. Она держит капиталы, имеет виллы, учит своих детей – не в «этой» стране. Соответственно, судьба «этой» страны ее менее всего интересует. Вместо единого национального пространства, созданного в ходе великих сдвигов модерна и просвещения, сегодня образуются параллельные, практически нигде и никак не пересекающиеся пространства туземной массы и глобализирующейся элиты» [4].

Нас не должна смущать нарочитая расплывчатость формулировок в нормативных и проективных актах высшего уровня государственной власти. Именно эта расплывчатость, неопределённость позволяет актерам государственного управления, с одной стороны, не брать на себя никаких внятных обязательств перед управляемым «профанным» большинством, с другой стороны, по собственному произволу постоянно менять текущие правила игры и насаждать ту модель социальных коммуникаций и информационного обмена в образовании, которая наилучшим образом

способствует достижению поставленных глобальных целей, до поры до времени вуалируемых изящными словесами о правах личности в сочетании национальными традициями. Таким образом, кажущаяся бедность концептуального содержания и ориентиров развития российского образования в своём логическом раскрытии оборачивается глубоко антинациональными последствиями, угрожающими разрушением российского социума как единой макросоциальной системы и организма. И выход заключается в формировании принципиально новой концептуально-парадигмальной реальности, соответствующей высшим витальным интересам России и доказавшим свою эффективность традициям народного образования в стране.

Возвращаясь к проблеме, с которой начиналась настоящая статья – это повышенная конфликтность вокруг системы образования, причём в конфликтогенную коммуникацию оказываются помимо своей воли вовлечены все субъекты педагогического процесса, необходимо сделать вывод, что конфликты имманентно присущи господствующей модели образования без ясно сформулированных целей и ценностей, которые были бы релевантны реальным жизненным интересам российского общества. Вроде бы каждый участник образовательной коммуникации в собственном понимании преследует только благо, но на деле получается непрекращающийся многосторонний конфликт. Показанная выше скудость и расплывчатость концептуально-ценностных формулировок основополагающих государственных документов исподволь разрушает целостность коммуникативного пространства, провоцируя людей к субъективному толкованию и преследованию собственных интересов, которые нередко выдаются за интересы общие. Решимся на пессимистический прогноз: до тех пор, пока данная концептуальная нищета не будет заменена парадигмальной определённой относительно ценностей, целей и средств учебно-воспитательного процесса во всех звеньях и уровнях российского образования, с внятным определением пределов должного-разрешённого-запрещённого, социальные коммуникации и социальные практики российской образовательной среды будут провоцировать деструктивные инциденты и процессы по принципу расширяющейся и углубляющейся воронки, угрожающей втянуть в себя всё общество. Не хотелось бы вдаваться в конспирологическую проблематику, но, в качестве допущения, можно высказать гипотетическое предположение о наличии на высших уровнях государственной власти тех влиятельных бенефициаров, которые имеют в виду именно эту цель. Именно они оказываются модераторами патогенеза в российском образовании. И никакие призрачно-иллюзорные надежды на «доброту царя» данной ситуации не поправят. Просто потому, что главные объекты таких упований также инкорпорированы в бенефициарный круг посвящённых, чьи интересы диаметрально противоположны интересам большинства российских граждан. Сколь бы обескураживающе это ни звучало, но оптимистических перспектив у российского образования в рамках действующей социальной реальности нет. Как нет их у всего общества. Вполне вероятно, пространство надежды кроется в иррациональных построениях, но они выходят за рамки анализа данной статьи.

Литература

1. Глобалистика: энциклопедия. / Гл.ред. И.И. Мазур, А.Н. Чумаков // М.: Радуга. 2003. С.712.
2. Зильберман Д.Б. Генезис значения в философии индуизма // М.: URSS. 2010. С. 188-190.
3. Национальный проект «Образование 2018-2024» / <https://strategy24.ru/ru/education/projects/natsional-nyy-proyekt-obrazovaniye> Дата обращения 28.09.2019.
4. Панарин А.С. Народ без элиты. Между отчаянием и надеждой / <https://libking.ru/books/sci-philosophy/77268-4-aleksandr-panarin-narod-bez-elity-mezhdu-otchayaniem-i-nadezhdoj.html#bookm> Дата обращения 29.09.2019.
5. Прикладная культурология: энциклопедия / Ред. И.М. Быховская // М.: Согласие. 2019. С.706.

6. Российская педагогическая энциклопедия / [https://www.gumer.info/bibliotek Buks/Pedagog/russpenc/14.php](https://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Pedagog/russpenc/14.php) Дата обращения 30.09.2019.
7. Социокультурная антропология: история, теория, методология: энциклопедический словарь / Под ред. Ю.М. Резника // М. Академический проект. Культура. 2012. С.525.
8. Социология: энциклопедия / Ред. Грицанов А.А. Минск: Интерпрессервис; Книжный дом, 2003. / <http://sociology.niv.ru/doc/encyclopedia/sociological/articles/1069/obrazovanie.htm> Дата обращения 29.09.2019.
9. ФЗ №273 «Об образовании» в Российской Федерации» от 29.12.2012 / <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=330174&fld=134&dst=100009,0&rnd=0.5572373929948775#0005852936444934231> Дата обращения 29.09.2019.

УДК 37

СОЦИОЛОГИЯ, ЭПИСТЕМОЛОГИЯ И БИБЛИОТЕКОВЕДЕНИЕ – КТО ЛИШНИЙ?

Романов П.С., доктор педагогических наук, доцент
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет», г. Королев, Московская область

Междисциплинарный характер библиотековедения ярко проявился в начале нового столетия, обусловленный во многом не только бурным развитием научно-технического прогресса, но и процессом бифуркации в мировом библиотековедении. Сопредельные научные дисциплины – это социология и социальная эпистемология. Что нового они дают для развития библиотековедения в условиях тотального информационного общества, когда перемены многих экономических, социальных парадигм происходят ежедневно и быстрыми темпами.

Социология, социальная эпистемология, библиотековедение США и Канады, информационное общество.

SOCIOLOGY, EPISTEMOLOGY AND LIBRARY SCIENCE - WHO IS SUPERFLUOUS?

Romanov P.S., Doctor of Science, associate professor,
State Educational Institution of Higher
Education Moscow Region
«University of Technology», Korolev, Russia

The interdisciplinary nature of library science was pronounced at the beginning of the new century, due not only to the rapid development of scientific and technological progress, but also to the process of bifurcation in the world library science. Adjacent scientific disciplines are sociology and social epistemology. What new do they give for the development of library science in the context of a total information society, when changes in many economic, social items take place daily and rapidly?

Sociology, social epistemology, the library and information science of USA and Canada, information society

В отечественном библиотековедении вопросами взаимовлияния библиотечной науки и социологии большое внимание уделял доктор педагогических наук, профессор Московского государственного института культуры В.В. Скворцов. В своем диссертационном исследовании он отмечал, что по отношению к библиотековедению социология выступает в качестве методологической и обобщающей науки. Тому во многом способствует характер библиотековедения как общественной дисциплины гуманистической ориентации. Сильнейшим фактором, обуславливающим влияние социологии на динамическое развитие современного библиотековедения, выступает междисциплинарный характер библиотековедения, который является неизменной сущностной характеристикой этой научной дисциплины. В.В. Скворцов выступил не только пионером в области взаимовлияния социологии, эпистемологии и библиотековедения, но и в роли популяризатора идей Дж.Х.Ширы – выдающегося деятеля мирового библиотечного движения [6]. Именно последнему принадлежит роль основателя дисциплины социальной эпистемологии. Справедливости ради следует отметить, что основные положения эпистемологии стали развиваться задолго до деятельности Дж.Х. Ширы, они тесно взаимоувязаны с теоретическими положениями социологии США, получившей толчок к развитию в конце 19 века. Становление социальной эпистемологии прохо-

дило в Соединенных Штатах одновременно с процессом становления социологии. Относительно особенностей становления и развития социологии как научной дисциплины у исследователей США существуют различные точки зрения. Например, преподаватель социологии из университета Колорадо Jim Franzen утверждает, что в основу американской школы социологии легли взгляды французского социолога Давида Эмиля Дюркгейма [11]. В течение более чем ста лет ведущие американские социологи подвергали жесткой критике концепции моралистической идентичности и наукообразного логического обоснования. Вместе с тем эти концепции представляют собой краеугольные постулаты раннего этапа социологической науки США. Соотнесенность метаэтики (или аналитической этики) с реализмом морали, связь онтологии с трансцендентальными формами, эпистемологии – с дедуктивно-формальной логикой, которые получили свое обоснование в работах Дюркгейма – основателя французской социологической школы и предшественника структурно-функционального анализа – легли в основу американской школы социологии. Эти научные теории составляют массив существенных характеристик новой научной дисциплины, что позволяет утвердить ее в ряду признанных научных дисциплин. Тем не менее, эти положения могут дать возможность исследователям изучать научные феномены в тех областях, где присутствует нравственное поведение и переоценка роли естественных наук в разрешении социальных проблем. В своих работах относительно вопросов становления социологии как научной дисциплины американские исследователи часто обращаются к творчеству другого видного социолога французской школы – Жюльена Делеза, представителя континентальной философии, иногда относимого к течению постструктурализма. Многие американские исследователи считают, что Gilles Deleuze выдвигает в своих работах другие научные гипотезы, которые способны расширить границы социологии как научной и учебной дисциплины. Во-первых, гипотезы этого ученого носят мета-этический характер, что может привести к моральным интервенциям, которые носят менее моралистический характер. Во-вторых, его онтологические и эпистемологические взгляды в философии заложили основу всей методологии социологических научных дисциплин. Сочетание традиционных линейных методов исследования, применяемых американскими социологами и новых методов, в том числе агентное моделирование, дает возможность взглянуть под несколько иным углом на структуру нелинейных социальных систем. Franzen считает, что первоначальные разработки темы эпистемологии в американской социологии были далеки от современного представления о социальной эпистемологии, проводниками взглядов которой в американской научной среде являются Джесс Хоук Шира и Маргарет Иган, Стив Уильям Фуллер, Арчи Дик (последний живет и работает в ЮАР), принадлежащие одновременно и школе библиотековедения, и социологической американской среде. Franzen считает, что эпистемология – это научная дисциплина о том, какими путями мы соприкасаемся с процессом познания, какими путями и методами мы добываем новое знание, дисциплина о существенных характеристиках знания, об истинных научных взглядах. Эта дисциплина исследует научные взгляды как истинные, попутно отметим, что эпистемология в работах современных зарубежных исследованиях ассоциируется с категорией гносеологии. Истинные взгляды сами по себе не представляют корпус науки, но требуют надежной идентификации [7,12]. Истинные научные взгляды можно идентифицировать посредством интуиции, при помощи непосредственных наблюдений, достоверных и надежных свидетельств, метода отражающего равновесия, а также другими методами. Каждый из упомянутых методов при согласованных эпистемологических обязательствах согласуется с теорией истинности, которая может обеспечить максимально достоверное совпадение. Например, научный метод гарантированного утверждения истины связан с соответствующей теорией истины. Эта теория утверждает, что мы сможем высказать гарантированное утверждение истины только в том случае, если она соответствует определенному порядку вещей в окружающем мире. Следует отметить, что представители социологической науки США и Канады проводят четкую грань между эпистемологическими вариантами социологии и социальной эпистемологией. Последней они называют эмпирической наукой, сравнительно новой теорией, которая исследует социальные ограничения, накладываемые на стремление человека познать

что-то новое. Ее главной целью является объяснение возникновения интереса к познанию, объяснение веры человека в то, что научные знания являются истинными и объективными [11, p.25].

Как мы видим, теория эпистемологии восходит своими корнями к базисным положениям социологии как академической науки. Значительный вклад в развитие эпистемологии привнесли новые теории неогегельянство и неокантианство. В начале двадцатого века мы фиксируем новый всплеск интереса к теории эпистемологии, связанный с критическим осмыслением в течении мировой философской мысли такого вопроса как немецкий метафизический идеализм. Оксфордский ученый итальянского происхождения Luciano Floridi называет этот период как «Возрождение эпистемологии», уделяя особое внимание историческому периоду развития философской мысли в период между двумя мировыми войнами [16]. Причем это ученый отмечает всплеск интереса к социальной эпистемологии как в научном лагере как Нового, так и Старого света. Флориди выдвинул предположение о том, что такое развитие событий может быть связано с учениями немецкого исследователя и естествоиспытателя Hermann Ludwig Ferdinand von Helmholtz, а также Franz Brenato и Ernst Mach. Можно отметить целую череду ученых этого периода, затронувших в своих работах вопросы развития социальной эпистемологии. Во многом такой интерес был обусловлен, вероятно, бурным развитием физики того времени, особенно ядерной физики, что повлекло за собой пристальный интерес к естественным наукам, а также социальной эпистемологии. Ученые того периода встали перед проблемой объяснения случившихся феноменов физики и развития на ее базе технических инноваций с точки зрения философии. В науке Соединенных Штатов в конце девятнадцатого века происходит институционализация многих гуманитарных дисциплин, в том числе теоретического библиотековедения. В этот же период очень объяснимо проявляется и практический интерес к библиотечному делу. Развитие научно-технического прогресса всегда в периоды бурного скачкообразного развития вызывает такую же реакцию у сопутствующих дисциплин, поскольку библиотековедение одной из своих задач призвано обеспечить информационную поддержку научно-техническому прогрессу. По этому поводу уместно будет вспомнить приме из истории становления библиотечного дела США. В 1852 году на первой конференции библиотечных деятелей был провозглашен лозунг создания общенационального библиотечного каталога, что позволило бы объединить все библиотеки страны. В это же время библиотековеды Великобритании были охвачены идеей участия в движении публичных библиотек. Библиотечные работники США уже в то время создали тщательно продуманную систему организации библиотечных фондов [9]. За двести лет развития американских научных и публичных библиотек число наименований выпускаемых периодических изданий превысило тысячу [14]. Конечно, тем самым была сформирована проблема для библиотечной сети США организовать и содержать такой объем научной периодики. Поворотным пунктом в возникновении нового термина «social epistemology» послужила организованная Широй 15-ая ежегодная конференция библиотечной школы государственного университета Чикаго, на которой он представил дискуссионную статью «Классификация как основа библиографического обслуживания в библиотеке». Вместе с ним в обсуждении этой статью, содержащей впервые термины «social epistemology» и «sociology of knowledge». «Даже беглый взгляд на историю создания классификаций в науке дает возможность понять, в какой степени любая попытка организовать знание обусловлена социальной эпистемологией той эпохи, в которой оно было создано. Эта зависимость теории классификации от состояния социологии знания вне всяких сомнений найдет свое фундаментальное подтверждение в недалеком будущем» [10, p.82]. Одним из основополагающих принципов, который Шира отстаивал всегда и везде, был принцип библиографического контроля и его роль в организации библиотечно-информационных учреждений на государственном уровне. Первой подробной научной работой в области социальной эпистемологии стала последующая статья, написанная Широй в соавторстве с Маргарет Иган [10], в которой они вынесли на обсуждение библиотечного сообщества США вопросы графической коммуникации как часть общего процесса коммуникации. Свои идеи Шира изложил в лекциях на эту тему, которые были прочитаны им в различных вузах США и Канады в течение после-

дующих пятнадцати лет. Безусловно, они привлекли внимание библиотечной общественности Северной Америки, поскольку тема была актуальной, но широкого обсуждения не получилось по вполне объективным причинам. Главная из них – это появление и развитие информационной науки, появление вопросов о роли и месте информационной науки в череде общественных и технических наук, взаимосвязи с этими научными дисциплинами. Большую роль в популяризации новой научной дисциплины сыграла поддержка со стороны ЮНЕСКО. Кроме того, развитие информационной науки, компьютерной техники начинало оказывать на библиотечное дело все возрастающее влияние. Нельзя не упомянуть также и терминологическую составляющую новой научной дисциплины. Картину научной обстановки, в которой происходило исследование и обсуждение результатов, в указанный период времени [15], дает блестящая диссертационная работа канадского библиотековеда Э.М. Шрейдера. Автором статьи приводится подробный анализ работ этого исследователя в своей диссертационной работе 2006 года, а также в ряде публикаций [2,3]. К чести Ширы следует сказать, что он не оставил избранную тему социальной эпистемологии, несмотря на усиленное внимание всех библиотечно-информационных работников Северной Америки к информационной науке. Безусловную поддержку в распространении взглядов социальной эпистемологии оказало Ширу библиотечное сообщество Южной Америки, в том числе в Бразилии. Там были опубликованы ряд работ Ширы, посвященные вопросам социальной эпистемологии. Единомышленником Ширы оказался и английский библиотеквед Дж.Дж. Фоскетт, который также помог опубликовать ряд работ мастера. Совершенно особое место занимает творческое взаимодействие Ширы с известным индийским библиотековедом Ш. Ранганатаном. К тому времени мировая библиотечная общественность успела проникнуться идеями индийского философа в отношении библиотечной науки. Они были чрезвычайно близки творческим и научным устремлениям Ширы, в том числе в развитии положений социальной эпистемологии. По сути дела, все последующие концепции Ширы так или иначе переплетались с известными постулатами Ранганатана. Следует тем не менее отметить, что на взгляд автора позиция американских библиотековедов о том, что основы библиотековедения заложил выдающийся индийский библиотековед Шиали Рамамрита Ранганатан (1892-1972) является несколько преувеличенной, возможно эмоционально преувеличенной. наших американских коллег больше всего очаровывают широко известные «пять законов библиотечного дела», хотя строго говоря, на ранг научных законов они претендовать не могут. Их можно квалифицировать как очень хорошие профессиональные девизы, призывы, максимы, требования и т.д., но от законов требуется, чтобы они отражали такое общее, из которого невозможны исключения. К тому же эти постулаты Ш. Ранганатан сформулировал в предельно популярной форме для целей обучения студентов самого начального уровня. Тем не менее, его эффективные и запоминающиеся афоризмы в силу своей доходчивости получили широкую международную известность, а некоторые американские библиотековеды использовали их как отправную точку для собственных размышлений и предложений [4]. Для теоретического библиотековедения с учетом высокой степени междисциплинарности следует весьма важным считать вывод Ширы о том, что одно из практических приложений социальной эпистемологии безусловно реализуется в библиотечном деле. Социальная эпистемология дает возможность укрепить роль библиотекаря в обществе, не говоря уже о чисто профессиональном аспекте повышения престижа этой профессии. Таким образом, можно уже сделать промежуточный вывод о роли библиотековедения и информационной науки в становлении социальной эпистемологии. Социальная эпистемология – это теория знания, которая родилась в недрах этой научной дисциплины (LIS), и которая получила свое дальнейшее развитие в философии. Случай достаточно необычный, поскольку как правило отдельные научные дисциплины рождаются в недрах именно философии, именно она служит питательной почвой для возникновения и распространения научных теорий и дисциплин. Такое происходило, например, с химией, физикой, психологией и многими другими научными дисциплинами. По крайней мере, такой факт доказывает еще одно теоретическое положение – библиотековедение и информационная наука являются полноценной самостоятельной научной дисциплиной, обладающей собственными

предметом и объектом, а также научной методологией. Многие современные исследователи отмечают, что долгое время библиотековедение будучи в информационном поле дисциплин родственного цикла, не имело системы профессиональной подготовки библиотечных кадров, что в западной науке рассматривается как серьезный недостаток в институционализации научной и учебной дисциплины. Подобное положение дел в западном библиотековедении сохранялось примерно до середины девятнадцатого века, когда с ходом научно-технического прогресса в библиотеках повысился уровень обслуживания читателей, усложнилась техника обработки и подачи информации, и появилась настоятельная необходимость готовить специализированные библиотечные кадры для работы с читателем и внутри библиотеки для обработки и поддержания фондов. По этой причине в середине девятнадцатого века начинают появляться библиотечные школы (аналоги колледжей и факультетов в университетах), разрабатываются специальные профессиональные учебно-методические программы под существующие прообразы современных стандартов профессии библиотечно-информационного работника США и Канады, объявляются наборы учащихся, пишутся учебники и монографии, печатаются профессиональные библиотечные издания. Таким образом, развитие библиотечной мысли в США и Канаде в данный период получает дополнительный и мощный импульс к своему развитию. В пятидесятые года прошлого века, когда впервые в научный оборот был введен термин «социальная эпистемология», в библиотеках использовались бумажные карточки и каталожная система хранения библиотечных материалов с целью облегчить поиск необходимой информации. Если только в распоряжении библиотекаря-профессионала поступали сведения об авторе разыскиваемой публикации, название публикации или предметная рубрика, то ему не составляло труда найти искомую книгу или периодическое издание на полках, определить шифр книги и местоположение материала на полках. Созданию концепции социальной эпистемологии во многом способствовала творческая атмосфера библиотечной школы университета Чикаго, где в то время работал Д.Х. Шира. В статье «Foundations of a Theory of Bibliography», опубликованной в 1952 г. Шира и М.Иган зафиксировали тенденцию развития специализации в библиотечно-информационном поле и явление силлогизма между научными дисциплинами. Они продемонстрировали подлинную озабоченность ростом информационной среды до таких масштабов, когда специалистам было практически невозможно охватить умозрительно все детали этой среды и все взаимосвязи между ее элементами. И Д.Х.Шира и М. Иган осознали, что этот факт не пойдет на пользу практикам библиотечно-информационной работы, поэтому они дали приблизительное, в общих чертах описание метода комбинированного использования коммуникации, библиотековедения и библиографоведения для достижения нескольких практических целей. Какие это цели и насколько они представляют ценность для библиотековедения и информационной науки? Это выявить и сформировать аппарат библиографоведения для использования в комплексном процессе коммуникации; изучить специфические функции библиографического аппарата и определить подходы к практическому объединению и использованию этих функций; изучить подробнейшим образом потребности в тех или иных библиографических функциях. Замечательный научный тандем двух библиотековедов переключили внимание исследователей с изучения результатов воздействия массовых коммуникаций на изучение процесса поиска массовой аудиторией массовых посланий. Они признали, что библиотековеды и библиографы сосредоточили свое внимание на одном, специфическом типе коммуникации, и призвали сосредоточить внимание исследователей на всех типах коммуникации как одинаково важных для современного библиотековедения. Помимо типов коммуникации Иган и Шира призвали библиотековедов сосредоточить научно-исследовательские программы на изучение взаимосвязей философии, психологии и социологии и их вкладе в развитие современного библиотековедения. Они также рассмотрели характеристики эпистемологии как ответвление философии, занимающееся вопросами изучения природы знания. В ходе рассмотрения вопроса было отмечено, что внимание исследователей традиционно было сосредоточено на индивидууме, хотя при этом они рассматривали поведение в более широком, социальном контексте. В результате Иган и Шира предложили для объяснений характера знания в

социальных расширенных рамках новую научную дисциплину и назвали ее социальной эпистемология. Они охарактеризовали процессы, сопровождающие явления эпистемологии, как процессы, при помощи которых сообщество людей стремится достичь осмысленного отношения к общей среде – физической, психологической и интеллектуальной. Идеи Ширы и Иган представляли собой в указанный период начала инновационной теории в библиотековедении. При этом современные исследователи высказывают предположение, что созданная ими теория более имеет отношение к социологии, чем к философии [8]. Такой подход предоставляет свободу маневра для апологета любой теории в поле библиотековедения и информационной науки. Отметим, что идеи Ширы и Иган в отношении социальной эпистемологии как зеркала современного библиотековедения нашли своих сторонников и последователей. Среди последних известные американские социологи Стив Фуллер и Элвин Голдман. Одним из них в восьмидесятые годы прошлого века был учрежден журнал под названием «Социальная эпистемология». Автор уже упоминал, что среди факторов возникновения теории социальной эпистемологии лежат глубинные политические и экономические процессы в мировом глобальном хозяйстве. Со времени 80-х годов прошло почти сорок лет – эти годы стали свидетельством новых, не менее крупных сдвигов в указанных глобальных сферах. Естественно предположить, что изменения коснулись и теории социальной эпистемологии в частности как производной от этих основополагающих тектонических [1] движений в экономике, политике и социологии. Достаточно вспомнить, как осуществлялся в библиотеке поиск информации во времена Ширы и Иган. Это был каталог и каталожные карточки. Начиная с середины 80-х годов прошлого столетия в американских библиотеках стали переходить от карточных каталогов к системе открытого общественного доступа в режиме он-лайн (ОРАС). В основном это были крупные публичные и академические библиотеки. Хотя поиск ключевых слов лишил нас возможности определенного социального влияния системы классификации информационного работника, тем не менее, с вводом в действие электронных поисковых систем появляется новый социальный фактор – влияние создателя поисковой программы. Не следует сбрасывать со счетов и такой немаловажный фактор как стоимость поискового процесса: стоимость создания электронных поисковых систем существенно ниже, нежели стоимость карточных каталогов не говоря уже о компактности и простоте обслуживания при условии надежного электроснабжения. Академические библиотеки вынуждены подстраиваться под запросы молодежи, наиболее активной части электронного сообщества, вводя в действие новые электронные технологии и электронные приборы, подстраиваясь под наличие аналогичных приборов связи, используемых студентами. Бурно развивающийся рынок бытовых гаджетов на первый взгляд стал определять и развитие специализированных устройств, используемых современными западными библиотеками. Естественно, ни Ширы, ни Иган не могли семьдесят лет назад предугадать такой ход событий в современном информационном обществе [5]. Интернет получил повсеместное использование начиная лишь с девяностых годов прошлого века. Сегодня пользователи Интернета проводят значительное время сидя перед экранами компьютеров режиме он-лайн или делают то же самое при помощи своих смартфонов. У части общества возникают прямолинейные вопросы об эффективности использования современных библиотек в условиях электронных технологий связи и доступа к информационным ресурсам в режиме он-лайн. Современные академические библиотеки предоставляют своим читателям бесплатные электронные дистанционные услуги. Например, научная библиотека Стенфордского университета предлагает всем читателям совершенно бесплатно удаленный доступ к философской энциклопедии [13]. Поскольку такой удаленный доступ постоянно совершенствуется, предоставляя читателю получение самых различных, в том числе и архивных документов, фотодокументы. При этом читатель получает колоссальный выигрыш не только в количестве документов, но и во времени. Безусловно, в такой стадии научно-технического прогресса социальное поведение при производстве знания, организации его восприятия, управлении знанием претерпевает значительные изменения. Можно допустить с большой долей вероятности, что подобные изменения будут только расти и множиться при значительных темпах развития информационного общества, при демокра-

тических подходах к пользованию информацией. Естественно, что парадигмы управления библиотекой и ее информационными ресурсами будут обуславливать особенности развития библиотечной науки. Сопровождающие процесс научно-технических инноваций изменения в социальном поведении читателей библиотеки повлияют на динамику развития социальной эпистемологии. Поэтому библиотечное сообщество раз выбрав социальную эпистемологию и социологию в свои надежные союзники, будет и далее развивать, совершенствовать эти дисциплины и плодотворно использовать результаты научных изысканий в поле этих дисциплин для своего развития.

Литература

1. Богданов А.А. Тектология. Всеобщая организационная наука. Книга 1. Москва, Экономика, 1989 г. [Электронный ресурс], Режим доступа: www.pseudology.ru.
2. Романов П.С. Аналитическая характеристика документного потока англоязычных диссертаций в области библиотековедения (по материалам США и Канады): автореф. дис...канд. пед. наук / П.С. Романов // МГУКИ. Москва. 2006. 22 с.
3. Романов П.С. Аннотированный библиографический список англоязычных диссертаций по библиотековедению (1903 – 2004 гг.) [Электронный ресурс] / МГУКИ. Кафедра библиотековедения; составил и перевел П.С. Романов // М. 2006. Электрон. текстовые дан. - 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). (регистрационное свидетельство Федерального агентства по информационным технологиям НТИЦ «Информрегистр» № 0320600386 от 24.03.2006 г.).
4. Романов П.С. Библиотековедение зарубежных стран во второй половине XX - начале XXI века. Монография // М. 2012. 122 с.
5. Романов П.С. Экономика и управление библиотечно-информационной деятельностью за рубежом / П.С. Романов // под общ. ред. В.Г. Позднякова: Монография // М.: ЦНСХБ Россельхозакадемии. 2010. 357 с.
6. Скворцов В.В. Библиотековедение: сущность, методология, статус: дис...д-ра пед. наук / В.В. Скворцов // Моск. гос. ун-т культуры. М. 1997. 422 с.
7. Alston W.P. Readings in Twentieth-Century Philosophy. Free Press of Glencoe. 1963.
8. Budd J. Jesse Shera, Sociologist of Knowledge?//The Library Quarterly, 72, no. 4 (2002): 423-40.
9. Egan M. E. and Shera, J. H. A review of the present state of librarianship and documentation. In S. C. Bradford (Ed.), Documentation (2nd ed., pp. 11–45). London: Crosby Lockwood. 1953.
10. Egan M. E. and Shera, J. H. Foundations of a theory of bibliography//Library Quarterly. 1952. 22. P. 125–137. P.82
11. Franzen J. Metaethics, ontology and epistemology in American sociology: Emile Durkheim and Gilles Deleuze. PhD dissertation, Colorado State University, Fort Collins, Colorado. 2012. 145 p. p.25
12. Pollock J.L. Epistemic Norms. Synthese. 1987. 71(1). P. 61-95.
13. Pressley L. Social epistemology in library and information science. 10 December 2006. [Электронный ресурс] Режим доступа: https://www.academia.edu/2821850/Social_Epistemology_in_Library_and_information_science
14. Price D. J .S. Science since Babylon. New Haven, CT: Yale University Press. – 1961.
15. Schrader A.M. Toward a theory of library and information science: Ph. D. / Schrader, Alvin Marvin ; Indiana university. 1983. 1016 p.
16. Zandonade T. Social Epistemology from Jess Shera to Steve Fuller//Library trends. 2004. vol.52, #4, Spring. P.810-832

УДК 378:74

**НАУЧНО-ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ
В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ ДИЗАЙНЕРОВ И РЕКЛАМИСТОВ:
ОПЫТ ТЕХНОЛОГИЧЕСКОГО УНИВЕРСИТЕТА МОСКОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

И.В. Христофорова д.э.н, профессор, заведующий кафедрой дизайна,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет», г. Королев, Московская область
А.Б. Деменкова, к.т.н, доцент,
Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Московской области
«Технологический университет», г. Королев, Московская область

В статье рассматриваются педагогические, научно-исследовательские и маркетинговые аспекты дизайна и рекламы, используемые при проектировании современного плаката. Раскрываются результаты исследования особенностей проектирования плаката как средства коммуникации. Представлены основные этапы дизайн-проектирования, систематизированные в ходе проведенных исследований.

Дизайн, реклама, плакат, научно-исследовательская работа, дизайн-образование.

**SCIENTIFIC RESEARCH COMPONENT
IN THE EDUCATIONAL PROCESS OF DESIGNERS AND ADVERTISERS:
EXPERIENCE OF TECHNOLOGICAL UNIVERSITY OF THE MOSCOW REGION**

I.Khristoforova, Doctor of Economics, Professor,
Head of the Department of Design,
State budgetary educational institution
Higher education in the Moscow region
Technological University, Korolev, Moscow Region
A.Demenkova, Ph.D., Associate Professor,
State budgetary educational institution
Higher education in the Moscow region
Technological University, Korolev, Moscow Region

The article discusses the pedagogical, research and marketing aspects of design and advertising used in the design of a modern poster. The results of a study of the design features of a poster as a means of communication are disclosed. The main stages of design design systematized in the course of the research are presented.

Design, advertising, poster, research work, design education

Образовательный процесс современного студента включает разные составляющие и кроме лекционных и практических занятий в учебных планах особое место занимает научно-исследовательская компонента.

Какие задачи решаются дизайнерами и рекламистами в рамках научно-исследовательских работ в Технологическом университете Московской области (МГОТУ) освещено в данной публикации.

Научно-исследовательская составляющая присутствует в рамках специализированных практик всех студентов, в том числе обучающихся на творческих специальностях (практики с элементами научных исследований у бакалавров, научно-исследовательские работы магистрантов, обучающихся по различным профилям подготовки направления «дизайн», а также студентов направления подготовки «реклама и связи с общественностью»). Научная составляющая является обязательной при подготовке курсовых работ и проектов, выпускных квалификационных работ дизайнеров и рекламистов.

Научная составляющая в работе дизайнера, художника, рекламиста решает целый комплекс различных задач:

- обеспечивает научный взгляд на историю искусств, технологии творчества и дизайна, конструкторскую и проектную деятельность;
- позволяет обеспечивать внедрение новейших достижений науки и технологий в практику художественно-творческой и проектной деятельности;
- предоставляет возможность достижения синергетического эффекта от совместной деятельности дизайнеров, психологов, социологов, экономистов, инженеров, рождая на стыке научных и практических направлений деятельности самые актуальные и востребованные сегодня проекты, и научные темы.

В данной статье авторы раскроют возможность подобных коллабораций с точки зрения дизайна, маркетинга и рекламы при проектировании плакатов.

Плакаты – один из основных продуктов творческой деятельности художника, дизайнера, рекламиста. Это средство визуальной коммуникации с потребителем товаров и услуг. Оно издавна и активно используется в торговой, социальной и политической рекламе. Не потерял своей актуальности этот информационный носитель и в настоящее время, когда общество использует новые медиа носители: Интернет-рекламу, социальные сети, sms-маркетинг и др. инновационные виды коммуникаций.

Для привлечения внимания, обеспечения высоко уровня узнаваемости, для отстройки от конкурентов в конкурентной борьбе производителей, плакат как средство коммуникации и элемент окружающей человека среды, занимает очень важное место и призван решить поставленные перед коммуникационной политикой задачи: привлечь внимание, вызвать интерес, заставить действовать клиента, инвестора, партнера. Для достижения этой цели художественное исполнение плаката должно обеспечить эффективность коммуникации. Его содержание и визуальные составляющие должны соответствовать определенным правилам, учитывающим психологию восприятия цвета и формы. Применяемые тексты должны быть информационно насыщены и убедительны.

Не все плакаты создаются по одним и тем же «лекалам» – используются разные подходы. Например, отличаются по поставленным задачам плакаты социальной и коммерческой направленности. Кроме того, определенные особенности на создание плаката оказывает сфера его применения. Для различных отраслей и сфер деятельности могут быть использованы разные приемы и средства. Например, существуют заметные отличия в использовании выразительных средств коммуникации в продвижении материальных товаров и нематериальных услуг.

Проблемам истории становления искусства создания плаката, особенностям творческого исполнения, потребительского восприятия и эффективности продвижения с его помощью всевозможной продукции и услуг посвящены работы специалистов разного профиля: художников-плакатистов, педагогов, маркетологов, рекламистов, психологов и социологов.

Например, раскрывая историю становления плакатного искусства, К. Бове и У. Аренс отмечают, что первый рекламный плакат был создан еще в 15 в. [1]. Проблемы психологии восприятия и искусства создания плаката поднимали в своих работах П.А. Кудин, Б.Ф. Ломов, А.А. Митькин [3]. А.Н. Лаврентьев, описывая особенности плаката как средства коммуникации, отмечает, что он применяется в целях агитации, рекламы, пропаганды, информирования или обучения [5]. С.И. Серов подчеркивает, что плакат являясь одним из самых массовых форм современного визуального искусства, выполняет конкретные функции и решает определенные социальные задачи [9].

В.В. Криштопайтис и В.А. Победин отмечают тесную связь графического дизайна и искусства плаката с типографикой [2, 8]. А.П. Панфилова поднимает вопрос применения инновационных педагогических составляющих в подготовке студентов [7]. В.Я. Шевченко [10] излагает авторское видение плакатного искусства, раскрывая роль и место плаката в системе визуальной коммуникации.

Подготовка концепции плаката – начальный этап работы дизайнера. Прежде всего, это сбор информации по теме и одновременное изучение аналогов: их сильные и слабые стороны. Кроме эстетических и чисто художественных качеств аналогичных работ, обязательно анализируется их рекламная эффективность.

Современный плакат использует широкий спектр изобразительных средств и техник. Возможности широкого использования смешанной техники и компьютерной графики делают плакат незаменимым коммуникационным носителем.

Поскольку дизайн как результат профессиональной деятельности, для материализации творческой идеи требует от дизайнера конструктивного мышления, элементы, правила, принципы, приемы дизайна, применяемые при создании плакатов, должны быть определенным образом обобщены и систематизированы. Именно такого рода задача ставится перед дизайнерами. Результат подобных исследований в обобщенном виде представлен в статье.

Прежде всего, обозначим основные рекламные элементы плаката.

К ним относятся: *заголовок, текст, художественные элементы, границы и подпись.*

Термин «художественный элемент» имеет весьма широкое значение. В рамках этой группы могут выступать *фотография, рисунок, картина, орнамент, используемые шрифты и их компоновка* и т.п. Кроме того, к художественным элементам в графическом дизайне относят *линию, форму, размер, направление, цвет, тона, сочетание используемых в композиции плаката цветов, тонов и белых мест, и даже текстуру.*

Задача дизайнера – осознанно использовать перечисленные элементы и контролировать эффект их комплексного применения.

Кроме того, использование элементов дизайна определяется определенными принципами дизайна. Подобные принципы используются и в других видах искусств. Этими же принципами руководствуются в творчестве архитекторы, скульпторы, художники.

В перечне принципов дизайна можно выделить следующие: *уравновешенность, пропорциональность, последовательность, единство, акцент.*

Когда композиция плаката «уравновешена», она находится в состоянии внутреннего покоя, хотя ее отдельные элементы, например, заголовки, текстовые фрагменты, фотографии или иллюстрации могут восприниматься как динамичные.

Стремление уравновесить композицию плаката может быть реализовано дизайнером или рекламистом как формальными, так и неформальными методами. Формальное равновесие достигается, когда каждый элемент композиции одной стороны полностью дублируется по размерам и по формам, с другой стороны. При этом они расположены симметрично относительно центральной оси композиции. Неформальное равновесие достигается не столь прямыми и очевидными метода-

ми. В этом случае равновесие создается за счет определенной гармонии построения. Впрочем, такое равновесие может быть намеренно нарушено, что привлечет внимание к такому объекту.

Для дизайнера, разрабатывающего рекламный плакат, важно понимать в ходе проектирования какие пропорции будут заложены в композиции, каковы основные размеры по ширине и глубине, как будут соотноситься размеры отдельных элементов и т.д. Обычно дизайнеры стремятся избегать очевидных пропорций, делящих плакат на равные части. Необходимо отойти от стандартных математических отношений и пропорций, чтобы реклама не выглядела банальной, скучной.

Задача рекламы привлечь внимание к плакату этим обычно не ограничивается. Зритель – потенциальный клиент, покупатель должен не просто задержать свой взгляд, рассматривая то один, то другой элемент плаката. Ставится задача определенным образом направить его взгляд, выстроить определенный порядок «смотрения», используя специальные приемы. Наиболее распространен естественный ход, по привычной для нашей культуры траектории движения глаз: обычно люди смотрят слева направо и сверху вниз. По этой же траектории строится композиция плаката, чтобы зритель рассматривал элементы в последовательности сначала по верхней линии слева направо, затем, переместившись ниже, вновь повторял эту траекторию.

Могут применяться другие приемы, связанные с масштабом, цветом, формой. Известно, что обычно человек разглядывает сначала крупные, затем более мелкие детали. Смотрит сначала на яркое, потом на более сдержанное по цвету. Видит сначала черное, затем серое, переходя все к более светлым тонам. Сначала глаз замечает необычные формы, только потом переходит к рассмотрению более привычных форм и очертаний. Зная эти особенности дизайнер способен определенным образом направить взгляд человека, ведя его в заданные точки.

Направить взгляд можно также при помощи или непрерывных или пунктирных линий, которые как тропинки ведут взгляд в определенном направлении. Дизайнеры могут быть и более изобретательны, находя способы привлечения и удержания внимания, создавая определенные художественные ритмы, используя и чередуя формы, размеры или цвета элементов плаката. Дизайнер должен определиться с тем, где он хочет сделать акценты, на чем хочет сконцентрироваться, где сделать паузы или сменить темп за счет игры цветом, формой, размером, управляя линиями, тонами или даже фактурами используемых материалов. Могут также использоваться визуальные иллюзии.

Освоение графическими средствами и методами обработки формы объектов изображения является очень важным ключом к мастерству художника или графического дизайнера. Но, все же, этого не всегда достаточно для умения создать яркий плакатный образ. В искусстве существует не только принцип реалистичного изображения объекта, где форма целиком соответствует содержанию и само изображение характеризуется достоверностью и документальностью, но не менее важным для композиции плаката является ассоциативный принцип. В этом случае реальных или условных форм не имеет буквального отношения к содержанию. Такой иносказательный тип отображения действительности или визуального образа называется метафорой. Художник изображает сюжет или образ в переносном значении. Использование метафоры дает возможность плакатисту находить решение путем выделения характерных признаков, необходимых для создания действенного образа, на такой объект изображения, которому эти признаки наиболее присущи. Иногда возможно использование приемов аллюзии, иронии, и разноконтекстности для создания уникальных, ярких решений.

В качестве метафорических изображений широко используются знаки-символы. Они ассоциативно и концептуально связаны с объектом. Нередко бывает, что в роли метафорического знакового образа выступает обобщенное изображение целой системы понятий (геральдические символы, фирменные, филателистические, издательские знаки и т.п.).

Дизайнер создает композицию плаката используя, обычно, три – четыре основных элемента, используя вышеперечисленные приемы. Рассмотрим некоторые из них на примере студенческих работ.

На рисунке 1 использован прием совмещения линий и пятен с применением рекламного текста.

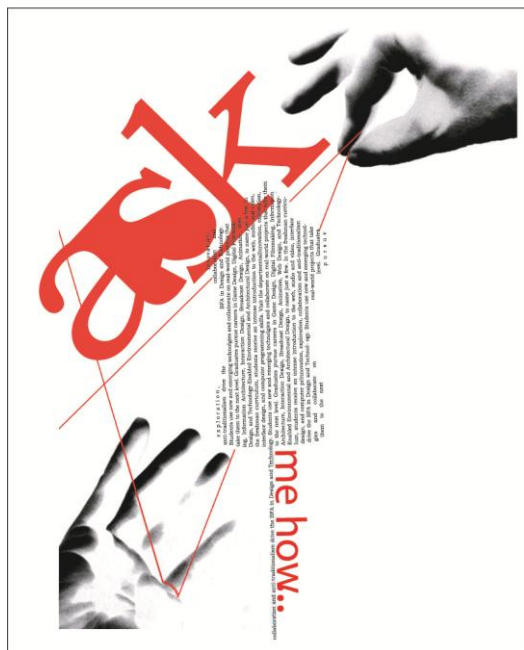


Рисунок 1 – Работа студентки Екатерины Фроловой

В композиции плаката шрифт может занимать главное положение, но иметь некоторую ограниченность, недосказанность, неопределенность, как это показано на рисунке 2.

В композиции могут использоваться шрифты, визуально напоминающие рукописные, что используется в композиции плаката на рисунке 3. Этот прием часто применяют и для других видов рекламной коммуникаций.

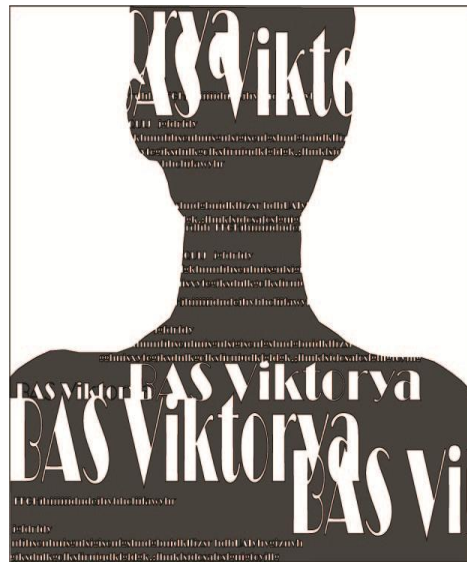


Рисунок 2 – Работа студентки Виктории Бас

В учебных курсах МГОУ такие приемы студенты изучают, систематизируют, осваивают в предварительных работах и заданиях, и уже осознанно применяют в ходе проектирования по курсу «Композиция плаката», включённому в учебные планы студентов профиля «Графический дизайн».

Кроме художественных разработок, студенты-дизайнеры могут использовать научные достижения в области психологии и маркетинга. Например, исследования в области маркетинговых приемов, рассчитанных на конкретную целевую аудиторию и учитывающих особенности такого рекламируемого продукта как услуга, были сформулированы в книге известного гуру маркетинга услуг Кристофера Лавлока [4] позволили сформулировать следующие результаты.



Рисунок 3 – Работа студентки Людмилы Машкиной

Он утверждает, что попытка убедить клиента приобрести нематериальную услугу, должна сопровождаться «овеществляющей» рекламой, т.е. рекламой, которая даст возможность клиенту «увидеть невидимое». *Только использование в рекламе услуг материальных символов* может сагитировать клиента, сделав неосязаемые выгоды от приобретения услуги более конкретными, понятными и убедительными. Следовательно, дизайнер, создающий плакат для рекламы неовещественных продуктов (услуг образования, здравоохранения, туризма, страхования или банковской деятельности и т.п.) должен учитывать эти аспекты при выборе образов и метафор для своего плаката

Кроме того, западные маркетологи утверждают, что маркетинговое коммуникации более эффективны тогда, когда сторонятся не эмоциях. Поскольку услугу труднее описать с точки зрения технических характеристик в сравнении с материальным товаром. Следовательно, при создании плакатов для продажи услуги должны чаще применяться эмоции, призывы. Эти знания также должны ложиться в основу идеи, концепции разработки рекламной продукции для продажи услуг.

Таким образом, дизайнеры и рекламисты могут стать участниками не только исследований искусствоведческого характера и приемов изобразительного творчества, но и применять результаты научных разработок в области маркетинга, рекламы, социологии, психологии. Подобные работы повышают качество и эффективность воздействия дизайнерских продуктов и должны применяться в образовании дизайнеров, художников, рекламистов.

Литература

1. Бове К., Аренс У. Современная реклама // М.: ИДГ. 2012.
2. Криштопайтис В.В. Типографика печатных изданий нач. XXI в. : тенденции развития / В.В. Криштопайтис // Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції «Наука і соціальні проблеми суспільства: освіта, культура, духовність» // Х.: ХНПУ. 2008. С. 62-65.
3. Кудин П.А., Ломов Б.Ф., Митькин А.А. Психология восприятия и искусство плаката // М. 1987.
4. Лавлок К. Маркетинг услуг: персонал, технологии, стратегии. Пер. с англ. // М.: «Вильямс», 2005. 983 с.
5. Лаврентьев А.Н. История дизайна: учеб. пособ. / А.Н. Лаврентьев // М.: Гардарики. 2008. 303 с.
6. Московская международная биеннале графического дизайна «Золотая пчела» [каталог] / автор-сост. С.И. Серов // М.: Альма Матер. 2016. 338 с.
7. Панфилова А.П. Инновационные педагогические технологии: Активное обучение: учебное пособие / А.П. Панфилова // М.: ИЦ «Академия». 2009. 192 с.
8. Победин В.А. Знаки в графическом дизайне / В.А. Победин // Х.: Ранок. 2001. 95 с.
9. Серов С. И. Московский концептуальный плакат 1990-х годов / С.И. Серов // М.: Линия График. 2014.
10. Шевченко В.Я. Композиція плаката / В.Я. Шевченко: навч. посібн. / В.Я. Шевченко // Х.: Колорит. 2004. 124 с.